

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dampak dari modernisasi ini adalah adanya perubahan ekonomi besar-besaran terutama menyangkut pasar. Terdapat kenyataan yang sangat luar biasa tentang konsumsi dan kelimpahruahan yang dibentuk oleh melimpahnya objek jasa dan barang-barang material. Semua itu tersedia di pasar. Pasar seolah-olah menjadi penentu segala macam aturan, termasuk gaya hidup.<sup>1</sup> Bahkan saat ini pasar juga bisa terjadi hanya dengan menghadap sebuah layar. Iklan-iklan melalui media elektronik merupakan satu jenis pasar yang berusaha menawarkan produknya terhadap masyarakat.

Memasuki zaman Revolusi Industri, dan didorong oleh sejumlah masalah dan prospek, teori sosiologi telah lama menyimpan “bias produktivitas.” yaitu teori-teorinya yang cenderung memfokuskan perhatiannya pada industri, organisasi industri, kerja dan pekerja. Hal ini paling kelihatan dalam teori Marxian dan neo-Marxian, meski juga dapat ditemukan pada teori-teori lain, seperti pemikiran Durkheim tentang pembagian kerja. Karya Weber tentang kelahiran kapitalisme di Barat dan kegagalannya berkembang di belahan dunia lain, analisis Simmel terhadap tragedi kebudayaan yang diakibatkan oleh proliferasi produk yang dihasilkan manusia, minat Mazhab Chicago pada kerja, dan perhatian teori konflik terhadap hubungan antara pekerja dengan

---

<sup>1</sup>Masamah, *Skripsi, Gaya Hidup Santriawati Pondok Pesantren Wahid Hasyim ditengah Konsumerisme*, 2009, Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tersedia dalam : <http://digilib.uin-suka.ac.id/2530/>. 09 Aug 2012 14:46.

karyawan, pemimpin dan pengikut, dan lain sebagainya. Perhatian yang jauh lebih sedikit diberikan konsumsi dan konsumen.<sup>2</sup>

Pada tahun 1970-1990 proses modernisasi terus melaju kesetiap negara, modernisasi telah menjadi sejarah manusia yang tak terelakan. Mula-mula proses ini menyebar ke wilayah yang memiliki kebudayaan yang sama dengan Inggris yaitu, Eropa dan Amerika Utara. Kemudian menyebar ke wilayah-wilayah yang memiliki kebudayaan berbeda dengan Inggris, seperti Asia, Afrika, dan Amerika Latin.<sup>3</sup> Modernisasi pada satu sisi memajukan perekonomian namun dari sisi sosial dan budaya, proses akulturasi<sup>4</sup> yang terjadi sering kali membawa dampak negatif. Dimana akulturasi yang terjadi pada akhirnya menciptakan proses westernisasi, karena banyak masyarakat yang beranggapan westernisasi adalah bagian dari budaya modern.

Westernisasi adalah sikap meniru dan menerapkan unsur kebudayaan Barat apa adanya tanpa diseleksi. Berlangsungnya westernisasi melalui interaksi sosial yang berupa kontak sosial langsung ataupun tidak langsung. Westernisasi dapat berlangsung terutama melalui media cetak dan elektronik, seperti buku, majalah, televisi, video dan internet.<sup>5</sup> Westernisasi dapat berlangsung pada setiap

---

<sup>2</sup>Bibit Santoso, 2012, *Konsumerisme dalam kehidupan masyarakat Urban*, Disertasi Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada.

<sup>3</sup>Dadang Kahmad, 2002, *Sosiologi Agama*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, hlm 183-184.

<sup>4</sup> Akulturasi adalah suatu proses sosial yang timbul manakala suatu kelompok manusia dengan kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur dari suatu kebudayaan asing. Kebudayaan asing itu lambat laun diterima dan diolah ke dalam kebudayaannya sendiri tanpa menyebabkan hilangnya unsur kebudayaan kelompok itu sendiri. Contoh akulturasi. <http://id.wikipedia.org/wiki/Akulturasi>, diubah pada 09.01, 5 April 2013.

<sup>5</sup>Hefri Asra Omika, <http://infosos.wordpress.com/kelas-xii-ips/modernisasi-dan-globalisasi/>, 03, januwari, 2013.

generasi baik anak-anak, remaja ataupun orang tua yang kurang peka terhadap nilai kepribadian bangsa Indonesia.

Arus budaya Barat ini mesti dilihat secara seksama penetrasinya di Indonesia. Apalagi bangsa Indonesia dikenal sebagai bangsa yang ketimuran dan apabila budaya tersebut ditelan mentah-mentah maka akan terjadi perubahan norma-norma sosial masyarakat, interaksi sosial, lembaga sosial dan lain sebagainya.<sup>6</sup>

Salah satu hal yang paling penting dalam hubungan antar manusia secara sosial adalah melalui perantara benda-benda. Budaya materi (*material culture*) adalah nama yang diberikan pada kajian hubungan manusia benda seperti; kajian mengenai manfaat benda. Istilah ini menunjukkan pentingnya manfaat objek sehari-hari dan mengindikasikan bahwa perhatian terhadap barang-barang materi kehidupan sehari-hari tidak berarti mengabaikan keperdulian terhadap makna, simbol atau moral. Budaya konsumen merupakan bentuk khusus budaya materi yang berkembang saat ini.<sup>7</sup>

Perluasan perdagangan dan pasar telah melahirkan perubahn-perubahan nyata dalam kehidupan sosial dan budaya masyarakat seluruh dunia. Kekuasaan pasar yang dipercayai secara luas mampu membawa kemakmuran, kesejahteraan dan pembangunan bila ditelaah lebih mendalam merupakan bagian dari budaya

---

<sup>6</sup>Soejono Soekanto, 2002, *sosiologi Suatu Pengantar*, PT Rajagrafindo persada, jakarta, hal 30.

<sup>7</sup>Celia Lury,1998, *Budaya Konsumen*, terj. Hasti T. Champion, Jakarta, Yayasan Pelita Obor, hlm. 1.

pasar global. Kepercayaan terhadap kekuasaan pasar adalah akibat dari globalisasi dan sudah menjadi bagian dari budaya dunia (*world culture*).<sup>8</sup>

Apabila diperhatikan, berbelanja bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja, namun bertukar menjadi kegiatan mengisi waktu luang. Keputusan untuk melakukan pembelian merupakan bagian dari suatu kebutuhan dan sebagian lagi merupakan gaya hidup bahkan mengarah pada budaya konsumerisme. Perdebatan dikalangan Islam antara yang pro dan kontra banyak menimbulkan perselisihan baik dalam tingkat wacana maupun praktik. Namun hal itu tidak berpengaruh terhadap perkembangan modernisasi itu sendiri. Bagaimanapun, sebagai bagian masyarakat dunia, mau atau pun tidak, pasti juga bersinggungan dengan proses tersebut. Gaya hidup menunjukkan status, dan citra diri serta kemampuan. Namun demikian, globalisasi bukan semata-mata suatu pencapaian ekonomi. Globalisasi mempunyai konsekuensi-konsekuensi serta implikasi-implikasi baik dalam sikap maupun cara hidup manusia.<sup>9</sup>

Pada perkembangannya kini, manusia terjebak pada kompleksitas ragam komoditi yang hendak (secara sadar atau tidak) mereka konsumsi. Itu semua tak terlepas dari konstruksi sosial yang dibangun massa di dalam lingkungan manusia itu sendiri. Salah satunya yaitu peradaban modern yang tumbuh dari perkembangan umat manusia telah menunjukkan kemajuan paling tinggi. Namun perkembangan peradaban yang kian maju, tidak semuanya memiliki dampak positif, beberapa diantaranya memberikan implikasi yang kurang baik bagi

---

<sup>8</sup>Masamah, Skripsi, *Gaya Hidup Santriawati Pondok Pesantren Wahid Hasyim ditengah Konsumerisme*, 2009, Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta. tersaji dalam : <http://digilib.uin-suka.ac.id/2530/>. 09 Aug 2012 14:46

<sup>9</sup>*Ibid*,

manusia, berupa perubahan budaya, salah satunya adalah budaya konsumerisme terhadap benda (*material culture*).<sup>10</sup>

Jika diperhatikan budaya konsumerisme ini lebih cenderung mewabah di negara-negara dunia ketiga seperti negara-negara miskin yang baru akan berkembang dan Indonesia merupakan salah satu diantaranya. Maka doktrin yang berlaku di masyarakat kita seakan akan mengharuskan setiap manusia yang lahir di negara tersebut untuk dicetak sebagai kelas pekerja atau *Class worker*. Kelas pekerja ini tidak mempunyai kemampuan untuk mencipta atau memproduksi maka tidak heran kelas pekerja hanya ahli dalam satu hal: membeli atau mengkonsumsi. Sehingga memang masyarakat negara-negara di dunia ketiga ini memang cenderung untuk lebih konsumtif dibanding masyarakat di negara-negara maju.

Seperti halnya dengan kota-kota lainnya, Bandung juga mengalami perubahan akibat globalisasi. Perumahan Bumi Orange RW 30 juga merupakan bagian dari masyarakat Bandung. Yang turut merasakan adanya budaya konsumerisme sebagai imbas dari globalisasi. Dan hal tersebut tentu saja akan membawa konsekuensi-konsekuensi hidup masyarakatnya, terutama gaya hidupnya.

Hal demikian harus disikapi secara serius. Karena kalau tidak ditanggapi secara serius dan dibentengi keimanan yang kuat maka, awal kehancuran moral masyarakat terutama masyarakat Perumahan Bumi Orange RW 30 yang heterogen

---

<sup>10</sup>Jumiati, 2009, *Perubahan Prilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Akibat Perkembangan Value-Added Telepon Seluler (HP)*.skripsi, Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tersedia dalam : <http://digilib.uin-suka.ac.id>, 4 Agustus 2009.

akan kehilangan jati dirinya, sebagai warga negara yang lebih ketimuran. Adapun sebab-sebab terjadinya perubahan sosial adalah tambah majunya ilmu pengetahuan dan teknologi baik komunikasi, transportasi, urbanisasi, perubahan atau peningkatan harapan dan tuntutan manusia.<sup>11</sup> Bangsa yang besar ialah bangsa yang selalu menjunjung tinggi budaya lokal tanpa mengesampingkan budaya luar, tetapi harus ada filter untuk budaya luar yang masuk sehingga tidak akan punah budaya-budaya lokal yang ada.

Diantara fenomena yang terkait dengan pernyataan diatas adalah apa yang terjadi dengan kehidupan masyarakat yang khususnya masyarakat Perumahan Bumi Orange RW 30. Secara sosiologis, masyarakat ini bisa dikategorikan sebagai masyarakat modern walaupun sebagian besar masyarakatnya berasal dari daerah-daerah pedesaan. Budaya konsumerisme pada masyarakat tersebut bisa terlihat dengan ditandai adanya tempat berbelanja yang komplit disekitar area perumahan seperti supermarket, Borma, Griya Toserba dan lain sebagainya. Di tambah dengan promo dari berbagai produk yang membuat konsumen trus ingin kembli. Selain itu juga bisa terlihat dengan cara mengetahui pendapatan dan pengeluaran setiap masyarakat. Dan dibuktikan dengan nilai guna atau manfaat suatu barang yang masyarakat konsumsi.

Seseorang belum dianggap modern bila tidak mengikuti gaya hidup masyarakat tersebut. Pemaksaan yang berlangsung dengan cara-cara halus (*soft violence*) berupa iklan di ruang publik. Pemuatan iklan suatu produk kebudayaan

---

<sup>11</sup>Phil Astrid. S. Susanto, 1999, *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*, Putra A. Bargin Resonansi Jurnal Pemikiran Kaum Muda.

secara berulang-ulang dan massif, diakui atau tidak, mampu membentuk sebuah realitas citraan dalam ruang kesadaran masyarakat. Budaya konsumtif masyarakat bias mempengaruhi perilaku keagamaan ketika masyarakatnya lebih memperhatikan hal-hal yang bersifat “materi” dari pada “non-materi”.<sup>12</sup>

Karena itulah tidak perlu heran jika pada dekade terakhir ini, kita bisa melihat kesadaran perilaku beragama masyarakat modern dalam hal ini di Perumahan Bumi Orange RW 30- yang begitu mengesankan. Perilaku keagamaan masyarakat telah muncul dan menjadi sebuah fenomena. Jika di lihat lebih jauh, ada banyak faktor penyebab yang mendorong mencuatnya perilaku keagamaan masyarakat tersebut, sekaligus bisa menjadi *entry point* untuk mengapresiasinya dari berbagai perspektif.

Pertama, masyarakat Perumahan Bumi Orange RW 30 itu tidak sedikit yang berasal dari wilayah pedesaan. Karena pekerjaan dan karir bisnis yang digelutinya, mengharuskan mereka untuk pindah dan menetap di kota atau pinggiran kota. Komplek perumahan pun dibangun di mana-mana oleh para pengembang. Perumahan dibangun senyaman mungkin dengan berbagai fasilitasnya yang lengkap serta lokasinya pun tidak begitu jauh dari tempat kerja dan pusat bisnis. Di perumahan-perumahan itu, pendatang -yang menjadi masyarakat Perumahan Bumi Orange RW 30- masih banyak yang memiliki tradisi keagamaan dan kepribadiannya yang religius. Masjid perumahan itu jelas terlihat. Begitu pula dengan pengajian rutin setiap malam jum'at pun tidak kalah

---

<sup>12</sup>*Non materi* disini dimaksudkan bahwa masyarakat tersebut lebih mengutamakan untuk mengoprasikan smartponenya ketimbang tepat waktu dalam beribadah. Lebih banyak memiliki hal-hal yang bersifat materi maka lebih mungkin dalam mengoprasikannya dan akan mungkin banyak waktu tersita untuk beribadah.

semarak. Secara tidak langsung, masyarakat tersebut tadi menjadi agen yang menggiatkan aktivitas keagamaan.

Kedua, perilaku keagamaan masyarakat Perumahan Bumi Orange RW 30 bisa juga disebabkan oleh bangkitnya kembali naluri beragama (*fitrah*) setelah sekian lama terbenam oleh hiruk-pikuk dunia modern yang serba materialistis, hedonis, dan sekularis. Orde kehidupan yang didasarkan pada landasan dan pandangan hidup yang serba-duniawi, serba-benda, dan mengabaikan ajaran agama, telah menjadikan manusia modern itu hampa dan gersang. Kesenangan duniawi, kepuasan jasmani, dan makna hidup yang diperolehnya itu ternyata semu dan palsu, sehingga tidak bisa memadai untuk menjadi rujukan hidup dan sumber nilai yang memberikan keutuhan integritas kepribadian dan otentisitas dirinya sebagai manusia. Dalam kondisi seperti itu, ke mana lagi manusia akan berpaling, jika bukan kepada agama.

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti perkembangan budaya konsumerisme masyarakat masa kini. Dalam tema **“BUDAYA KONSUMERISME DI TENGAH PERILAKU KEAGAMAAN MASYARAKAT”**(Studi Kasus Perumahan Bumi Orange RW 30 Desa Cimekar Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung).



## **1.2 Identifikasi Masalah**

Setelah dilakukan observasi lapangan sementara ditemukan banyak permasalahan yang timbul di masyarakat. Diantaranya permasalahan yang timbul di lingkungan masyarakat Perumahan Bumi Orange RW 30 yaitu, nampaknya masyarakat yang lebih senang berbelanja di tempat-tempat perbelanjaan seperti supermarket, mall dan sebagainya. Dimana hal ini memungkinkan adanya budaya konsumerisme di tengah-tengah masyarakat Perumahan tersebut.

Permasalahan selanjutnya ialah kurangnya waktu luang masyarakat atau seringnya bekerja di luar rumah. Membuat masyarakat sulit untuk melakukan kegiatan keagamaan bersama. Seperti sulitnya menghadiri pengajian rutin ibu-ibu, kegiatan yasinan setiap malam jum'at dan sebagainya. Kesadaran masyarakat terhadap perilaku keagamaan tentunya menjadi hal penting dalam menjaga religius setiap individunya. Terutama dalam menghilangkan perilaku boros dan bijak dalam memenuhi atau mengkonsumsi setiap kebutuhan baik itu kebutuhan primer dan sekunder.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya dapat di susun sebagai berikut:

1. Bagaimana budaya konsumerisme masyarakat di Perumahan Bumi Orange RW 30?
2. Bagaimana perilaku keberagaman Perumahan Bumi Orange RW 30?
3. Bagaimana dampak budaya konsumerisme terhadap perilaku keagamaan masyarakat Perumahan Bumi Orange RW 30?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitiannya dapat disusun sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui budaya konsumerisme masyarakat perumahan Bumi Orange RW 30.
2. Untuk mengetahui perilaku keberagaman masyarakat perumahan Bumi Orange RW 30.
3. Untuk mengetahui dampak budaya konsumerisme terhadap perilaku keagamaan masyarakat Perumahan Bumi Orange RW 30.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Ada dua kegunaan dengan mengangkat penelitian ini, yaitu baik secara akademis maupun secara praktis, yakni sebagai berikut:

1. Kegunaan akademis (teoritis)

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta dapat memperkaya khazanah pengetahuan dalam bidang sosial, terutama yang berkaitan dengan ilmu sosial mengenai budaya konsumerisme masyarakat di tengah perilaku keagamaannya saat ini. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran teoritis bagi civitas akademisi terutama civitas kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan yang lebih khususnya bagi adik tingkat sosiologi.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak terkait, dalam hal ini terutama bagi masyarakat untuk lebih meningkatkan perilaku

keberagamaanya. Selain itu juga diharapkan masyarakat bisa memilah dan memilih setiap kebutuhan dan lebih bijak dalam membelanjakan keperluan keluarga maupun pribadi.

## 1.6 Kerangka Pemikiran

Modernisasi yang dipelopori oleh negara-negara barat tidak bisa dipungkiri berpengaruh sangat besar terhadap perkembangan negara-negara lain di dunia, tak terkecuali di Indonesia. Modernisasi yang berawal dari revolusi industri Inggris yang menyediakan landasan ekonomi berupa produksi industri oleh tenaga kerja bebas di kawasan masyarakat, yang menyebabkan industrialisme dan urbanisme menjadi gaya hidup dan kapitalisme menjadi produksi baru.

Dalam dunia modern, gaya hidup membantu mendefinisikan sikap, nilai-nilai dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial seseorang. Masyarakat konsumen Indonesia (tidak terkecuali Bandung) mutakhir tampaknya tumbuh seiring dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang ditandai menjamurnya pusat perbelanjaan bergaya semacam shopping Mall, industri waktu luang, fashion, industri kecantikan, industri kuliner, industri nasehat, industri gosip, gencarnya iklan barang-barang super mewah dan berdirinya sekolah-sekolah mahal, kegandrungan terhadap merek asing, makanan serba instant (*fastfood*), telepon seluler (HP), dan tentu saja serbuan gaya hidup lewat industri iklan dan televisi yang sudah sampai ke ruang pribadi, dan bahkan mungkin ke relung-relung jiwa yang paling dalam.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup>Masamah, *Gaya Hidup Santriawati Pondok Pesantren Wahid Hasyim ditengah Konsumerisme*, 2009,skipsi, Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tersedia dalam : <http://digilib.uin-suka.ac.id/2530/09> Aug 2012 14:46.

konsumerisme masyarakat modern bukan hanya berupa barang, namun juga jasa manusia. Segala hal yang bisa menjadi objek konsumen. Hasilnya adalah budaya konsumerisme mencekram setiap kehidupan umat. Budaya konsumerisme kontemporer bisa dicirikan dengan adanya peningkatan gaya hidup. Seakan-akan menekankan bahwa keberadaan penampilan diri telah mengalami estetisasi dalam realitas kehidupan sehari-hari senantiasa akan menjadi sebuah proyek peningkatan gaya hidup. Di era konsumerisme perlombaan untuk memperebutkan citra (konsumsi dan simbol-simbol) menjadi sebuah tren dan menu sehari-hari masyarakat modern. Karena ada sebuah keyakinan bahwa dengan memiliki dan memakai atau mengkonsumsi suatu benda, merupakan suatu proses untuk mengidentifikasi diri sendiri sebagai bentuk pembeda dengan orang lain.<sup>14</sup>

Menurut Baudrillard, dalam kegiatan konsumsi, hubungan antar manusia dengan objek konsumsi, hubungan manusia dengan dirinya sendiri dipalsukan, dikelabui, dimanipulasi. Manusia hanya melihat kebutuhan bukanlah apa-apa yang diambil satu per satu, yang hanya satu sistem kebutuhan atau lebih tepat bahwa kebutuhan-kebutuhan sama sekali bukanlah bentuk yang lebih maju dari sistematisasi rasional dari kekuatan produktif pada tingkat individu, ketika “konsumsi” menggantikan logika dan keperluan dengan produksi.<sup>15</sup>

Manusia yang secara kodrati berkendak dan serba butuh akan objek (benda) yang akan memberikannya kepuasan. Manusia dengan pembawaannya akan memiliki keinginan atau kebutuhan yang mengarahkan dirinya pada benda

---

<sup>14</sup> *Ibid*,

<sup>15</sup> Nanang Martono, 2011, *Sosiologi Perubahan Sosial Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*, kata Pengantar kamanto Sumanto, PT Grapindo Perada, Jakarta, hal. 134.

yang dapat memuaskannya. Hal ini dipandang mengabaikan kodrat masyarakat konsumsi ketika produsen mengendalikan produksi, mengarahkan dan membentuk perilaku sosial dan kebutuhan-kebutuhan.

Menurut Peter Berger (1969) dan Thomas Luckmann (1967) individu-individu yang mampu memilih dari suatu pluralitas tubuh pengetahuan yang di kemas dengan baik dalam supermarket gaya kehidupan. Arti tentang pemenuhan, kebahagiaan dan arti kehidupan yang hakiki yang dimiliki individu kemudian menempati dalam lingkup pribadi. Individu-individu saat ini mampu memilih dari keberagaman pengetahuannya. Dalam melakukan konsumsi dan gaya hidupnya. Karena manusia lebih bebas memilih dan menentukan sendiri apa yang harus dilakukan dengan waktu, rumah, tubuh, dan Tuhan yang di punyainya.<sup>16</sup>

Gaya hidup saat ini bukan hanya diikuti oleh artis atau orang-orang metropolis saja, tetapi sudah merambah sampai plosok-plosok daerah. Bukan hanya dimiliki oleh masyarakat dengan sosial yang tinggi, namun hampir semua masyarakat mempunyai kesempatan untuk mendaki tangga sosial<sup>17</sup>. Terjadi universalitas simbol-simbol status yang bukan hanya berdasarkan jenis benda yang harus dimiliki, tetapi lebih spesifik lagi adalah mereknya.<sup>18</sup>

Saat ini muncul kecenderungan yang sangat menonjol yaitu perubahan menuju globalisasi. Globalisasi dapat diartikan sebagian suatu proses

---

<sup>16</sup> Mike Featherstone, *Posmodernisme dan Budaya Konsumerisme*, Cet III, Terj. Misbah Julfa Elizabeth, 2008, Pustaka Belajar, hlm 268-269

<sup>17</sup> Tangga sosial adalah lembaga atau organisasi dalam masyarakat yang memungkinkan pencapaian kedudukan yang lebih tinggi dari kedudukan semula.  
<http://www.kamusbesar.com/58538/tangga-sosial>.

<sup>18</sup> Masamah, *Gaya Hidup Santriawati Pondok Pesantren Wahid Hasyim ditengah Konsumerisme*, 2009, skripsi, Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tersedia dalam : <http://digilib.uin-suka.ac.id/2530/>. 09 Aug 2012 14:46.

menghasilkan dunia tunggal. Pada fase ini masyarakat sedunia saling tergantung pada semua aspek kehidupan. Salah satu aspek kehidupan tersebut adalah ekonomi yang sistemnya didominasi oleh sistem kapitalis. Globalisasi telah melahirkan sesuatu yang disebut sebagai budaya massa yang terwujud secara nyata yang berupa tumbuhnya budaya konsumerisme di kalangan masyarakat.<sup>19</sup>

Ajaran agama memiliki pengaruh dalam pembentukan sikap, karena agama meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri seseorang. Pemahaman atas yang baik dan buruk, garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan diperoleh dari ajaran agama. Konsep moral dan ajaran agama sangat menentukan sistem kepercayaan, sehingga konsep tersebut sangat berperan dalam menentukan sikap seseorang terhadap sesuatu hal. Ajaran agama mempengaruhi perilaku konsumen, sebagai contoh, ajaran agama melarang untuk bersikap berlebihan atau boros dalam membelanjakan harta, dengan demikian perilaku konsumtif tidak dianjurkan dalam agama khususnya agama Islam.<sup>20</sup>

Perilaku keagamaan, akan melahirkan berbagai kreasi budaya dengan nilai kepercayaan yang dikandungnya. Manusia dan agama merupakan dua sisi yang saling berpengaruh. Sebagai unsur yang dibutuhkan manusia, agama memberikan layanan psikologi kepada manusia untuk menyajikan sesuatu yang dibutuhkannya. Sementara itu, memberikan pengaruh secara signifikan dalam

---

<sup>19</sup> Sindung Haryanto, 2011 Sosiologi Ekonomi, Ar-Ruzz media, cet I, Jogjakarta. hlm 163

<sup>20</sup> Jumiaty, 2009, *Perubahan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Akibat Perkembangan Value-Added Telepon Seluler (HP)*. skripsi, Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tersedia dalam : <http://digilib.uin-suka.ac.id>, 4 Agustus 2009

proses perubahan nilai yang banyak dipengaruhi agama dalam membentuk tatanan dalam masyarakat.<sup>21</sup>

Identifikasi psiko-sosial masyarakat modern harus jeli dipetakan. Hal ini menjadi sangat urgen mengingat perubahan sosial masyarakat yang bergerak cepat. Sosial *rapid change*-perubahan sosial yang berlangsung cepat, sebetulnya gagasan yang telah menjadi pusat perhatian peneliti sosiologi dalam beberapa dasawarsa terakhir ini. Antara lain karena adanya kekuatiran semakin menurunnya pola perilaku keberagaan dari waktu ke waktu, baik karena keluar dari nilai-nilai keagamaan maupun karena pemahaman masyarakat atau juga kurangnya perhatian dan minat masyarakat modern terhadap ritual-ritual atau hari-hari besar keagamaan.

Edward Norbeck misalnya, mengemukakan asumsi dasar dari bukunya *Religion in Human Life* bahwa agama adalah bagian dari kehidupan manusia yang dikategorikan supernaturalisme agama “*is man-made and everywhere much alike. As a creation of man, religion is a element of culture, man-made part of the human universe, .....*” (supernaturalisme atau agama adalah buatahan manusia dan dimana-mana banyak kesamaannya. Sebagai ciptaan manusia, agama adalah bagian dari budaya, bagian ciptaan manusia secara universal).<sup>22</sup>

Nasib agama Islam di zaman modern ini juga sangat ditentukan oleh sejauh mana kemampuan umat Islam merespon secara tepat tuntutan perubahan

---

<sup>21</sup>Muhammad Fauzi, 2005, *Pengaruh Modernisasi Terhadap Prilaku Keagamaan Masyarakat Perkotaan (Perumahan Metro Kota Bandung)*.Tesis, UIN Sunan Gnung Djati Bandung, mengutip, Roland Robetson, *Agama dalam Analisa Interpretasi Sosiologis*, (terj), Achmad Fedyani, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1993) hal. v-vi.

<sup>22</sup> Bustanudin Agus, 2006, *Agama dalam Kehidupan Manusia Pengantar Antropologi Agama*, PT Rajagrafindo Persada, jakarta, hal 33 dalam Norbeck 1974 : 9-10.

sejarah yang terjadi di era modern. Umpamanya, fenomena munculnya sufisme pada zaman modern ini merupakan salah satu usaha reinterpretasi dan reaktualisasi tertentu kepada ajaran agama Islam, dengan tujuan agar tidak saja ia menjadi relevan bagi kehidupan modern (istilah bagi sebuah kurun akhir abad ke-20), tetapi juga untuk mengaktifkan fungsinya sebagai sumber makna hidup bagi pemeluknya. Apa yang di suguhkan atau bentuk respons Islam selama ini – yaitu yang secara fenomenal disebut modernism Islam dan fundamentalisme Islam- dianggap tidak memadai lagi untuk disuguhkan di masyarakat pada era milenium ketiga yang akan datang.<sup>23</sup>

Oleh karena itu, dalam memahami agama, ada yang mengatakan adanya unsur keyakinan, unsur hukum dan moral, dan juga unsur penghayatan ruhaniah (mistisisme). Ada pula yang memandang ketiga hal tersebut sebagai aspek-aspek ajaran agama yang merupakan satu kesatuan, terintegrasi, atau terpadu. Aspek keyakinan tampil dalam kepercayaan kepada yang gaib, dalam upacara ritual, dan benda-benda yang dipercayai sebagai benda sakral dan dalam penghayatan ruhaniah. Dalam tulisan ini dipakai aspek untuk lebih menunjukkan bahwa agama adalah ajaran totalitas atau terpadu.<sup>24</sup>

Sebagai sistem ajaran keagamaan yang lengkap, Islam memberi tempat pada dua jenis penghayatan keagamaan. Pertama, eksoterik (*zhahiri*), yaitu penghayatan keagamaan yang berorientasi pada formalitas *fiqhiyah* atau pada norma-norma dan aturan-aturan keagamaan yang ketat. Kedua, esoterik (*bathini*), yaitu penghayatan keagamaan yang berorientasi dan menitikberatkan pada inti

---

<sup>23</sup> Dadang Kahmad, 2002, Sosiologi Agama, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, hlm 204

<sup>24</sup> Bustanudin Agus, *Loc, Cit, Agama dalam Kehidupan Manusia Pengantar Antropologi Agama*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2006, hal 59-60



keberagamaan dan tujuan beragama. Tekanan yang berlebihan kepada salah satu dari dua aspek penghayatan itu akan menghasilkan kepingcangan yang menyalahi prinsip ekuilibrium (*tawazun*) dalam Islam.<sup>25</sup>

C.Y. Glock dan R. Stark mengemukakan dua dimensi religiusitas yaitu, dimensi pengetahuan keagamaan dan konsekuensi keagamaan.<sup>26</sup> Dimensi pengetahuan agama; yakni, seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran agamanya. Seberapa jauh aktivitasnya di dalam menambah pengetahuan agamanya. Apakah dia mengikuti pengajian, membaca buku-buku agama, bagi yang beragama Islam.

Dimensi konsekuensi adalah dimensi yang berkaitan dengan sejauhmana perilaku seseorang dimodifikasi oleh ajaran agamanya. Apakah dia menerapkan ajaran agamanya di dalam kehidupan sosial. Misalnya apakah dia mengunjungi tetangganya yang sakit, mendedekahkan sebagian kekayaannya untuk kepentingan fakir miskin, menyumbangkan uangnya untuk tempat ibadah, membantu tetangga yang kesusahan dan anak yatim.

Max Weber mengungkap tidak ada masyarakat tanpa agama. Kalau masyarakat ingin bertahan lama, harus ada tuhan yang disembah. Masyarakat manusia dari zaman kuno sampai dewasa ini menyembah Tuhan, walaupun

---

<sup>25</sup> Dadang Kahmad, 2002, *Sosiologi Agama*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, hlm 200.

<sup>26</sup> Muhammad Fauzi, 2005, *Pengaruh Modernisasi Terhadap Prilaku Keagamaan Masyarakat Perkotaan (Perumahan Metro Kota Bandung)*. Tesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, hlm. 20.

berbagai bentuk dan rumusnya. Agama menurutnya dapat dalam bentuk konsepsi tentang supranatural, jiwa, ruh, Tuhan, atau kekuatan gaib lainnya.<sup>27</sup>

Begitupun dengan perilaku beragama masyarakat perumahan Bumi Orange RW 30, sudah tentu bukan sesuatu yang sulit ditemukan. Kemungkinan adanya Perubahan perilaku keagamaan masyarakat semakin nampak terlihat seiring dengan menguatnya budaya konsumerisme yang terjadi dalam kehidupan masyarakat baik secara pribadi maupun di area publik.

Pada dinamika masyarakat dan perubahan sosial yang terjadi kerap menimbulkan keterkejutan dan melahirkan fenomena yang pada mulanya tidak terbayangkan. Pergeseran nilai dan perubahan sosial dalam kenyataannya memang tidak mesti berjalan linear, bergerak lurus. Ada kalanya, dan bahkan seringkali terjadi, pergeseran dan perubahan tersebut bergerak naik turun atau mengikuti pola berputar, siklus. Namun, dalam bentuk dan pola apa pun pergeseran dan perubahan itu terjadi, biasanya muncul perbedaan dan lahir sesuatu yang bisa dianggap baru. Jika dibayangkan maka akan terlihat sebagai berikut:

UIN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

---

<sup>27</sup> *Ibid*, hal 62 .( lihat juga Weber 1963 : xxvii, 13,1-19)

GAMBAR I  
SKEMA KERANGKA PEMIKIRAN

