

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Gus Iqdam dan Sarung Batik: Komodifikasi Simbol Keagamaan dan Relasi Kuasa” ini ditulis oleh Anis Khoirunnisa Pratari, NIM. 126309211002, dengan pembimbing Bapak Saiful Mustofa, S.Pd.I., M.Ag.

Kata Kunci: Gus Iqdam, Sarung Batik, Komodifikasi, Relasi Kuasa, Jean Baudrillard, Michel Foucault

Penelitian ini berjudul “Gus Iqdam dan Sarung Batik: Komodifikasi Simbol Keagamaan dan Relasi Kuasa”. Penelitian ini mengkaji bagaimana sarung batik mengalami komodifikasi simbol dan bagaimana praktik kekuasaan Gus Iqdam sebagai tokoh keagamaan bekerja secara langsung maupun melalui media sosial. Komodifikasi sendiri merupakan salah satu proses berubahnya makna suatu barang atau jasa yang sebelumnya tidak memiliki nilai jual menjadi sebuah komoditas yang bertujuan untuk mendapatkan nilai jual. Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah kualitatif dengan pendekatan kritis yang merujuk pada dua tokoh, yaitu komodifikasi simbol Jean Baudrillard dan relasi kuasa Michel Foucault. Data penelitian ini diperoleh dari observasi, wawancara dengan jamaah Majelis Ta’lim Sabilu Taubah, dokumentasi, dan analisis media sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sarung batik seperti yang dikenakan Gus Iqdam mengalami pergeseran makna dari simbol religiusitas tradisional menjadi komoditas visual yang merepresentasikan kesalehan dan kepatuhan yang dapat dikonsumsi secara massal. Proses ini mencerminkan terjadinya *simulacra* dimana hilangnya makna asli sebuah simbol menjadi sebuah hiperrealitas. Komodifikasi menjadikan sarung batik saat ini sebagai citra komersial dan identitas visual yang diperjual belikan. Didorong dengan keberadaan Gus Iqdam sebagai figur dalam masyarakat Muslim yang mencerminkan praktik kekuasaan dan produksi kebenaran seperti yang dijelaskan Foucault. Gus Iqdam mampu mengubah persepsi masyarakat terhadap sarung batik dengan pengetahuan dan praktik kekuasaan. Praktik kekuasaan tersebut dibangun atas pengaruh performativitas media sosial. Penelitian ini menegaskan bahwa sarung batik sebagai simbol keagamaan kini tidak hanya mengalami hiperrealitas, tetapi juga menjadi arena kuasa yang akan terus dinegoisasikan.

ABSTRACT

The thesis entitled “*Gus Iqdam dan Sarung Batik: Komodifikasi Simbol Keagamaan dan Relasi Kuasa*” was written by Anis Khoirunnisa Pratari, NIM. 126309211002, with the supervisor Mr. Saiful Mustofa, S.Pd.I., M.Ag.

Keywords: Gus Iqdam, “Sarung Batik”, Commodification, Power Relations, Jean Baudrillard, Michel Foucault

This research is entitled “*Gus Iqdam dan Sarung Batik: Komodifikasi Simbol Keagamaan dan Relasi Kuasa*”. This study seeks to discuss how “sarung batik” experience commodification of symbols and how Gus Iqdam's power practices as a religious figure work directly or through social media. Commodification itself is a process of changing the meaning of goods or services that previously had no selling value into a commodity that aims to gain selling value. The research method used in this study is qualitative with a critical approach that refers to Jean Baudrillard's commodification of symbols and Michel Foucault's power relations. The data were collected through observation, interviews with members of Majelis Ta’lim Sabilu Taubah, documentation, and social media analysis.

The results of this study indicate that “sarung batik” such as those worn by Gus Iqdam have shifted in meaning from a symbol of traditional religiosity to a visual commodity that represents piety and obedience that can be consumed en masse. This process reflects the occurrence of simulacra where the loss of the original meaning of a symbol becomes a hyperreality. Commodification makes “sarung batik” currently a commercial image and visual identity that is bought and sold. Driven by the existence of Gus Iqdam as a figure in Muslim society who reflects the practice of power and the production of truth as explained by Foucault. Gus Iqdam is able to change people's perceptions of “sarung batik” with knowledge and practices of power. These practices of power are built on the influence of social media performativity. This study argues that “sarung batik” as a religious symbol are now not only experiencing hyperreality, but also becoming an arena of power that will continue to be negotiated.

المخلص

رسالة بعنوان "غُس إقدام والسروال الباتيك: سلعية رمز ديني وعلاقات السلطة" كتبها أنيس خير النساء، بإشراف الأستاذ سيفول مصطفى، بكالوريوس تربية إسلامية، ١٢٦٣٠٩٢١١٠٠٢ براتاري، رقم الطالب ماجستير في العلوم الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: غُس إقدام، سروال باتيك، سلعية، علاقات السلطة، جان بودريار، ميشيل فوكو

تتناول هذه الدراسة بعنوان "غُس إقدام والسروال الباتيك: سلعية رمز ديني وعلاقات السلطة" كيفية سلعية رمز السروال الباتيك وكيفية ممارسة السلطة من قبل غُس إقدام كشخصية دينية تعمل مباشرة ومن خلال وسائل التواصل الاجتماعي. السلعية هي إحدى العمليات التي يتحول فيها معنى سلعة أو خدمة كانت في السابق بلا قيمة سوقية إلى سلعة تهدف إلى تحقيق قيمة سوقية. تعتمد هذه الدراسة على المنهج النوعي مع مقارنة نقدية تستند إلى اثنين من المفكرين، هما سلعية الرموز لدى جان بودريار وعلاقات السلطة لدى ميشيل فوكو. تم الحصول على بيانات الدراسة من خلال الملاحظة، والمقابلات مع جمهور مجلس تعليم سابيلو تاوبه، والتوثيق، وتحليل وسائل التواصل الاجتماعي.

أظهرت نتائج الدراسة أن سروال الباتيك كما يرتديه غُس إقدام شهد تحولاً في المعنى من رمز تدين تقليدي إلى سلعة بصرية تمثل التقوى والطاعة التي يمكن استهلاكها جماعياً. تعكس هذه العملية حدوث محاكاة حيث يختفي المعنى الأصلي للرمز ليصبح واقعاً مفترطاً. تجعل السلعية سروال الباتيك اليوم صورة تجارية وهوية بصرية يتم بيعها. مدفوعة بوجود غُس إقدام كشخصية في المجتمع المسلم التي تعكس ممارسة السلطة وإنتاج الحقيقة كما شرحها فوكو. استطاع غُس إقدام تغيير تصور المجتمع تجاه سروال الباتيك من خلال المعرفة وممارسة السلطة. تُبنى ممارسة السلطة هذه على تأثير الأداء الإعلامي لوسائل التواصل الاجتماعي. تؤكد هذه الدراسة أن سروال الباتيك كرمز ديني لا يعاني فقط من واقع مفترط، بل أصبح أيضاً ساحة للسلطة التي ستظل قيد التفاوض.