

MUHIBBIN SEBAGAI REPRESENTASI BUDAYA POP SANTRI DI BANYUMAS

Ahmad Yusuf Prasetiawan dan Lis Safitri

Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

Jl. Prof. DR. HR. Boenyamin No. 708 Grendeng, Purwokerto Utara,
Banyumas 53122

E-mail: ahmad.yusuf.prasetiawan@unsoed.ac.id., lis.safitri@unsoed.ac.id

Abstract: The purpose of this paper is to provide a description of the emergence and rise of pop culture and the phenomenon of the Muhibbin which became a wave among students. Pop culture usually only lives in modern, urbanistic society, whereas Islamic boarding schools are known as Islamic education institutions that are generally traditionalist, closed and conventional. As the pesantren metamorphic wave with many formal schools has sprung up since the 2000s, the pesantren's contact with the outside world has become more intense, the influences of giving color, and new streams, especially in this social media culture, indications of the emergence of pop culture have strengthened. This study is a cross method or method combination of quantitative and qualitative, using participatory heuristic techniques (observation, interview, documentation), verification, and interpretation in digging data. This is sectional research or in a limited period (January-June 2019). Determination of informants using random sampling techniques, from 183 Islamic boarding schools listed in the Ministry of Religion Banyumas Regency, 31 boarding schools were taken, with each of them 3-4 students, bringing the total to 100 respondents. The results showed that the relationship between the santri community and pop culture was not new, since the religious songs industry was booming, but with the emergence of the Muhibbin trend (lovers of the Apostles with sholawat songs), the santri community found the right form of contradictory relations between orthodoxy students with a trendy pop, because Santri is the object and the subject at the same time. Muhibbin wave embodies a compromise between Santri's sacred Islamic values and pop expression as a young spirit, where the age of santri in general.

Keywords: Culture, Muhibbin, Pop, Santri.

Abstrak: Tujuan penulisan ini adalah untuk memberikan deskripsi tentang kemunculan dan maraknya budaya pop di kalangan santri dan fenomena *Muhibbin* yang menjadi *wave*. Budaya pop biasanya hanya hidup dalam masyarakat modern yang urbanistik, sedangkan Pesantren dikenal sebagai lembaga pendidikan Islam yang umumnya tradisional, tertutup dan konvensional. Seiring gelombang metamorfosa Pesantren dengan sekolah formal yang banyak bermunculan sejak tahun 2000-an, persentuhan Pesantren dengan dunia luar kian intens, pengaruh masuk memberi warna, dan arus baru (*newmainstream*), terlebih dalam budaya sosial media ini, Indikasi munculnya *pop culture* pun menguat. Penelitian ini merupakan *cross methode* atau metode kombinasi antara kuantitatif dan kualitatif, menggunakan teknik heuristik partisipatoris (observasi, wawancara, dokumentasi), verifikasi, serta interpretasi dalam menggali data. Penelitian bersifat *sectional research* atau dalam kurun waktu terbatas (Januari-Juni 2019). Penentuan informan menggunakan teknik *random sampling*, dari 183 Pesantren yang terdaftar pada Dipontren Kantor Kementerian Agama Kabupaten Banyumas, diambil 31 Pesantren, dengan masing-masing 3-4 santri, sehingga total menjadi 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan persentuhan komunitas santri dengan budaya pop bukanlah hal baru, telah terjadi sejak industri lagu-lagu religius *booming*, tetapi dengan munculnya trend *Muhibbin* (pecinta Rasul dengan lagu-lagu sholawat), komunitas santri menemukan bentuk yang tepat dari relasi yang kontradiktif antara ortodoksi santri dengan pop yang *trendy*, karena Santri menjadi objek dan subjeknya sekaligus. *Muhibbin wave* mewujudkan sebuah kompromi antara nilai keislaman Santri yang sakral dengan ekspresi pop sebagai semangat muda, dimana usia santri pada umumnya.

Kata kunci: Budaya, *Muhibbin*, Pop, Santri.

A. PENDAHULUAN

Integrasi Pesantren dengan sekolah formal telah menjamur sejak era 2000-an, dan mendorong persentuhan Pesantren dengan dunia luar kian intens. Pengaruh masuk memberi warna atau merubah sama sekali, terlebih dalam budaya sosial media sekarang ini, kesan ketertutupan pesantren mengalami pemudaran. Sampai dengan tahun 2019, hampir tidak ditemukan, kecuali tiga buah Pesantren dari 183 Pesantren di Kabupaten Banyumas yang menganut sistem salaf murni, dimana santri tidak belajar di sekolah formal. Beberapa Pesantren yang memiliki sumber daya, telah membuka sekolah

formal sendiri. Proses dialektika Pesantren ini membawa dampak berbeda baik bagi internal Pesantren sendiri maupun pemangku kepentingan di luar. Proses pemodernan semacam ini, bila dapat disebut demikian, merupakan keniscayaan di segala segmen masyarakat, sebagai konsekuensi logis dari perubahan-perubahan yang terjadi di dunia pada umumnya (*global change*). Pesantren tetap memiliki fungsi spesifik yang tidak bisa dilepaskan dari eksistensi Pesantren itu sendiri, yakni sebagai lembaga pendidikan Islam yang menjaga dan melestarikan nilai keIslaman secara rigid, serta mengembangkan kepribadian Muslim yang *kafah* dan aktif berperan dalam lingkungan masyarakat. Proses modernisasi Pesantren tetap dengan memposisikannya sebagai *social control* dan *moral agent*, melalui fungsi-fungsi spesifik, berupa fungsi religi, fungsi sosial serta fungsi ekonomi Pesantren (Maesaroh, 2017:1-3).

Modernisasi di Pesantren, dapat mengakibatkan kegoncangan tatanan sosial yang tadinya telah mapan, tertutup (*closed*), *tawadlu'* dan *qanaah*. *Pop culture* di kalangan santri sebagai salah satu efeknya, menjadi arus baru (*newmainstream*), dapat menjadi preseden buruk bagi keamanan struktur sosial yang hidup dalam komunitas santri. Pada satu sisi ini merupakan pertanda transformasi Pesantren dari tradisonal ke modern. Fenomena *pop culture* santri dapat membantah lingkaran idiom bahwa santri ada di Pesantren, Pesantren adalah tradisonal, tradisonal sebagai antitesa modern, modern diasosiasikan dengan kemajuan, lawan kemajuan adalah keterbelakangan. Masalahnya figur yang muncul dalam budaya pop selama ini tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam budaya santri, sehingga secara tidak langsung Santri mencari bentuk yang ideal dari realitas pop dan ortodoksi beragama yang diyakini.

Seiring metamorfosa Pesantren dengan sekolah formal, saat ini Santri didominasi usia sekolah dan usia kuliah. Usia ini lazim dikenal sebagai usia remaja (*young-youth*). Usia remaja memiliki karakter yang identik, seperti ekspresif, aktual dan emosional, dalam menunjukkan eksistensinya. Ekspresi untuk menunjukkan eksistensi merupakan ciri yang melekat pada budaya pop. Ekspresi dalam budaya pop diwujudkan melalui citra media seperti *entertainment* (musik, film, televisi, dan novel), *superstar*, olahraga, *enterpreuner*, *fashion*, transportasi, komunikasi dan gaya hidup (*lifestyle*). Karakter ini tumbuh berbarengan dengan masa pencarian jati diri usia remaja. Perilaku ekspresif-*hysteris* ala remaja sebenarnya hal wajar, akan tetapi jika diwujudkan

secara negatif, merugikan diri sendiri, maupun orang lain, misalnya pelanggaran norma susila dan hukum, saluran ekspresi tersebut perlu diperbaiki. Ekspresi remaja yang positif misalnya musik, olahraga, komunitas hobi dan sastra. Ekspresi negatif seperti tawuran, *freesex*, vandalisme dan hedonisme. Perilaku remaja umumnya didominasi semangat irasional, misalnya fanatisme dalam solidaritas kelompok (*ingroup*), yang mengabaikan segala sesuatu termasuk keselamatan diri, demi mendapatkan pengakuan kelompoknya. Pengakuan kelompok menimbulkan kebanggaan karena meningkatnya harga diri (*self esteem*).

Dari sisi positifnya, sifat irasional remaja membentuk hubungan sosial yang bernilai, imateriil, bebas kepentingan (*nothing to lose*), *easy going* (cuek), *corsa*, *brave* (berani) dan *goal oriented* (menuju tujuan). Simulasi media dengan balutan popularitas mendorong gaya hidup (*lifestyle*) remaja yang identik dengan segala *trendy*, keren dan kekinian (*pop culture*). Usia produktif menjadi segmen industri pop, karena konsumeris (bersifat suka membeli), dan agresif terhadap segala simbol kebaruan demi eksistensi dirinya (Burton, 2012: 82). Santri sebagai bagian dari usia remaja, memiliki hak yang sama atas karakteristik remaja semacam itu. Sisi lain dari kecenderungan ini adalah potensi berkembangnya nalar santri yang pragmatis, hedonis, dan mudah dipengaruhi.

Muhibbin (pecinta Rasul dengan lagu-lagu sholawat), meluas pada komunitas santri sejak *booming* Habib Syekh. Habib syekh dalam setiap pertunjukkan dakwahnya, menghadirkan segala asesoris layaknya budaya pop. Misalnya bendera, tarian, melagukan secara bersama-sama. *Muhibbin* pun telah menjadi semacam “demam” di kalangan santri dengan mengimitasi segala sesuatu menyerupai sang idola. Di sisi lain figur yang diidolakan tidak terlalu mengganggu ortodoksi tradisi santri, karena seorang Habib yang lazim dihormati oleh kalangan santri. Inilah yang mungkin disebut sebagai bentuk budaya pop ala santri. *Muhibbin* mewujudkan kompromi antara nilai tradisional yang dilestarikan sekaligus tetap dapat mengekspresikan semangat kebaruan dan semangat mudanya. Penulis tertarik menelitinya dengan judul “*Muhibbin wave* dan lahirnya Budaya Pop Santri”. Berdasarkan fenomena tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini ditujukan untuk mengetahui: (1) Bagaimana terbentuknya budaya pop di kalangan santri. (2) Bagaimana sikap santri terhadap *trend Muhibbin*. (3) Bagaimana ekspresi pop dan misi dakwah terangkum dalam *Muhibbin wave*.

B. BUDAYA POP

Kebudayaan dibedakan menjadi kebudayaan tinggi dan kebudayaan populer. Budaya tinggi dihasilkan oleh pemikiran menyangkut pengetahuan, pola pikir dan nilai-nilai yang membentuk perilaku manusia. Sedangkan budaya populer lahir karena media (Stinati, 2-16: 3). Pop biasanya muncul saat selera terbentuk (*taste culture*). Selera tidak selalu natural, melainkan dicitrakan, yang mengesankan budaya pop tetap merupakan budaya tinggi. Pop yang awalnya budaya kerakyatan (*folk culture*), yang lahir dan diproduksi orang kebanyakan (*mass culture*), kemudian membentuk pangsa pasar, dimana industri pop menspesifikasikan komoditasnya (Ristinawati, 2009: 14). Budaya pop lahir bersamaan dengan industri budaya itu sendiri, yang seterusnya mengkomersilkan produk dengan cara standarisasi, komodifikasi, dan masifikasi.

Budaya pop berasal dari kata “budaya” dan “populer”. Secara harfiah, “budaya” adalah kebiasaan-kebiasaan yang berlaku pada suatu masyarakat, sedangkan “populer” artinya dikenal luas oleh kebanyakan masyarakat. Selain identik sebagai tersebar luas, dominan, arus-utama, kata populer juga bermakna karya dan ekspresi manusia yang berkembang dari kreativitas dan beredar di berbagai kalangan menurut minat, preferensi, dan selera” (Hidayah, 2015: 17). Budaya populer merupakan proses aktif pembentukan dan sirkulasi makna (*meaning*) dan kenikmatan (*pleasures*) di dalam suatu sistem sosial (Ibrahim, 2007: xxiii). Dalam konteks industri, populer juga memiliki sisi komersil dengan menjadi pengarus utama produk masa.

Dalam istilah Latin *pop cultural* merujuk pada “*culture of the people*” yaitu budaya yang hidup (*lived culture*) sedang *in* dan membentuk rangkaian mozaik perilaku yang mudah ditemui dalam keseharian kebanyakan orang. Infiltrasi budaya pop dominan pada kelompok usia muda dan masyarakat perkotaan (urban). Menurut Storey, budaya pada kelompok ini mengandung pengertian berbeda, yaitu perilaku bersenang-senang, dengan menekankan pada penampilan dan gaya (Storey, 2007: 157). Budaya populer diproduksi dimana para kaum elite menghegemoni sebuah masyarakat untuk membenarkan dan meniru semua tindakan atau ajakan yang mereka tawarkan, melalui media massa (Burton, 2012: 82).

C. SANTRI

Secara bahasa santri merupakan serapan dari bahasa Sansekerta yaitu “sastrī” yang artinya kelompok orang yang bisa baca tulis, atau dalam bahasa india santri berarti orang-orang ahli kitab suci. Pengertian ini tidak berlebihan karena santri pada masa kemunculannya merupakan sebagian kecil dari masyarakat yang telah mengenyam pendidikan (Madjid, 1992: 173). Santri kini merujuk pada setiap orang yang menuntut ilmu di pondok Pesantren. Pondok Pesantren adalah lembaga tempat diselenggarakannya pendidikan Islam. Pondok Pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang identik dengan tradisionalitas, dengan ciri kesederhanaan dari sisi manajemen, organisasi maupun sistem, misalnya biaya yang murah bahkan gratis, kurikulum yang fleksibel dan tanpa kewajiban berpakaian seragam khusus. Lembaga ini terbilang *survive*, lahir sejak mula bersamaan dengan perkembangan Islam di tanah air (Maunah, 2009: 12-13). Pesantren adalah *indigenous* dan sangat *khas* sebagai model pendidikan Indonesia (Ziemik, 1996, 100).

Pondok Pesantren saat ini telah banyak melakukan perubahan, misalnya berintegrasi dengan lembaga pendidikan formal (baca: sekolah), pemodernan manajemen dan sistem pendidikannya. Banyak pula Pesantren yang muncul dengan langsung dengan perbedaan misalnya istilah pondok modern, atau *boarding school*. Kementerian Agama saat ini membagi pesantren ke dalam tiga tipologi: salaf, modern, dan konvergensi (Kemendikbud, 2004, 46). Pesantren pun tidak lagi seperti pengertian awal sebagai tempat diajarkannya ajaran agama dalam bentuk kitab-kitab klasik (baca: kitab kuning), tetapi juga pendidikan teknis, pengetahuan umum, dan keterampilan hidup. Dalam segenap perubahan yang terjadi, Pesantren tetap memegang unsur-unsur utama yang telah menyatu dan tidak bisa dilepaskan dari arti Pesantren itu sendiri. Unsur tersebut antara lain: kiai atau pengasuh (*headmaster*), santri, asrama atau pondok dan pengajian (penyelenggaraan pengajaran agama Islam). Bersamaan dengan perubahan-perubahan Pesantren sebagai akibat kemajuan kehidupan manusia, santri pun mengalami perubahan, dan tidak jarang terjadi keguncangan ketika santri dihadapkan pada pilihan-pilihan antara mempertahankan nilai lama dan mengadopsi prinsip-prinsip baru seperti teknologi.

D. MUHIBBIN

“*Muhibbin*” adalah kata dalam bahasa Arab (*plural*) yang artinya orang-orang yang mencintai atau para pecinta. Berasal dari kata dasar “*haba*” yang

artinya cinta, bersinggungan juga dengan lain seperti “*mahbub*” artinya yang dicintai dan “*habib*” adalah yang tercinta dan bentuk jamaknya adalah “*habaib*” atau para tercinta. Adapun secara istilah *Muhibbin* berarti orang-orang yang mencintai Allah dan Rasulnya. Wujud mencintai Allah dan Rosulnya ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya meneladani dan mengikuti perintah-perintahnya, serta dengan mendengarkan sayir-syair pujian dan sholawat. *Muhibbin* pun akhirnya menunjuk pada sekelompok orang yang mengamalkan bacaan sholawat baik dengan musik ataupun tidak. Ayat berikut menjadi dasar yang familiar bagi para *Muhibbin*:

وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَالرَّسُولَ فَأُولَئِكَ مَعَ الَّذِينَ أَنْعَمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ مِنَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ
وَالشُّهَدَاءِ وَالصَّالِحِينَ وَحَسُنَ أُولَئِكَ رَفِيقًا.

“Siapa yang taat pada Allah dan Rasul, mereka (kelak disatukan) bersama orang-orang yang telah Allah beri nikmat kepadanya dari para nabi, siddiqien, syuhada dan orang-orang solih. dan merekalah (orang-orang pilihan) sebaik-baik teman-pertemanan.” (An-Nisa: 69)

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا
“Sesungguhnya Allah dan malaikat-malaikat-Nya bershalawat untuk Nabi. Hai orang-orang yang beriman, bershalawatlah kamu untuk Nabi dan ucapkanlah salam penghormatan kepadanya.” (Al-Ahzab: Ayat 56)

Sebagian kalangan menyebutkan bahwa *sholawat* merupakan *bid'ah* (tidak diajarkan Nabi dan dilarang agama) dan kultus berlebihan kepada Rosulullah, tetapi bagi *Muhibbin* bersholawat adalah cara mulia dan penguat dalam menjalani kehidupan agar senantiasa sesuai dengan teladan yang telah dicontohkan Nabi. Bacaan *sholawat* sebagai ungkapan cinta terhadap Allah dan Rosul sangat banyak ragamnya (Wargadinata, 2010: 7). *Para Muhibbin adalah golongan yang istimewa dan dijanjikan syurga.*

Syair-syair *sholawat* secara kebahasaan memiliki nilai kesusastraan dan seni yang tinggi, serta mengandung makna yang mendalam, dapat menyentuh hatin bagi pembaca dan pendengarnya. *Kini Muhibbin telah menjadi identitas yang menunjukkan sekelompok orang-orang yang gemar melantunkan sholawat untuk Nabi dengan iringan musik rebana.*

E. POSTULAT BUDAYA POP SANTRI

Budaya pop santri mungkin telah lahir seiring modernisasi bermasyarakat itu sendiri. Dalam wujud yang berbeda, Pesantren juga yang mengalami perkembangan, perubahan dan pergeseran sebagaimana juga terjadi di dunia luar pesantren. Mengasumsikan bahwa kehidupan kepakeman santri terhadap tradisi berarti santri selalu tidak *up to date*, tertinggal zaman, menjadi kurang relevan karena dalam batas-batasnya ada budaya *trendy* yang berkembang di kalangan santri. Bukti lain adalah respon aktif santri dalam perjuangan kemerdekaan, serta pada momentum-momentum sosial politik lainnya.

Pop dapat disandingkan dengan kata budaya karena perilaku nge-pop pada ujungnya memang membentuk sistem dan kebiasaan. Budaya pop sebagaimana Stinati uraikan, dilahirkan melalui citra media. Dari sisi ekonomi, pop menjadi sarana efektif untuk menyebarkan kesan suatu produk, sehingga publik akan menilainya sebagai keharusan untuk dimiliki. Segmen konsumen industri pop adalah usia produktif yang agresif terhadap segala simbol kebaruan demi eksistensi dirinya, praktis industri pop tidak pernah mati. Peneliti menarik garis hubungan, bahwa budaya pop santri terlahir dan berkembang sejalan dengan industri yang memiliki segmen dengan karakter santri, yaitu berupa nilai ajaran Islam. Cara paling mudah untuk mengidentifikasi apakah suatu industri bersegmen santri atau bukan, adalah dengan melihat tersiratnya nilai Islam, atau pesan dakwah Islam yang dibingkai dalam produk *entertainment* yang dipopularkan. Tanpa bermaksud mengesampingkan aspek-aspek yang lain, industri hiburan bernuansa Islam sangat mewakili sebagai penanda tahap-tahap budaya pop santri. Industri musik religi salah satunya dapat menjadi representasi *pop culture* kalangan santri. Dengan menempatkan musik religi sebagai simbol budaya pop santri, kita dapat mengetahui bahwa budaya pop santri bukan saja tidak ada tetapi selalu hidup dan terus berkembang dalam batas-batasnya, yang telah jauh melestari menjadi pegangan moral santri.

Musik religi menjadi hiburan yang komperhensif karena selain menyenangkan juga memiliki nilai religius. Syair lagu religi melukiskan hubungan ideal manusia dengan Tuhannya (Diani, 2010: IX). Simbol-simbol budaya Islam sebagian besar mengandung nilai transendensi, yaitu ajakan untuk beriman (sebagaimana ditemukan dalam sastra dan lagu), sedikit humanisasi, dan lebih sedikit lagi yang mengandung liberasi (Indianto, 2013: 46). Lagu-

lagu religius sebagai simbol hidup realita pop santri dapat kita sisir perkembangan dan pengaruhnya dalam lintasan sejarah hiburan tanah air.

Lagu-lagu Islami yang *hits* dapat dikelompokkan dalam setiap dekade. Group musik Bimbo mewakili pop santri pada era 70 an, group kasidah Nasidaria pada 80-90an (Cholifah, 2011: 134). Popularitas Nasidaria sempat menjadi *trend-setter* wanita muslim saat itu, dan tour show yang pada, di dalam dan luar negeri. Kemudian Group Nasyid Raihan, *Nasyd* sama artinya dengan hymne, senandung pujian atau sanjungan kepada Allah, Rasulullah saw dan para sahabatnya, serta keluhuran syariat Islam (Romli, 2006: 17). Ada lagi orkestra Kiai Kanjeng oleh budayawan MH Ainun Nadjib pada 90an, kemudian penyanyi Hadad Alwi dalam tajuk Cinta Rasul pada 2000an. Pada dekade 2000-an inilah terjadi semacam “lompatan besar” industri pop santri. Banyak bermunculan musisi yang merilis album religi, baik dengan mengaransemen lagu lama maupun yang benar-benar baru. Beberapa artis spesial religi muncul dan terbukti sukses. Salah satunya adalah penyanyi Opick atau Anur Rafiq Lil Firdaus (Safitri, 2013: 5). Pertumbuhan industri musik religi pada 2000-an membongkar asumsi lama bahwa lagu religi bisanya dirilis menjelang bulan Ramadhan. Asumsi ini tidak lagi berlaku karena penerimaan publik terhadap musik religi berangsur menguat dan tidak terikat lagi terhadap waktu-waktu tertentu. Pada segmen dakwah, dekade ini juga memunculkan sesuatu yang baru. Hampir semua stasiun televisi menampilkan program dakwah dan banyak mengorbitkan *dai* dan *mubaligh* yang *fresh* yang tidak saja diorientasikan pada sisi substansi dan materi dakwahnya, tetapi juga *profile*, *performa* yang *genic*, *fashionable*, dan *fun*. Misalnya K.H. Abdullah Gymnastiar, al-marhum Ustadz Jefri al Buchori atau Uje, dan K.H. Yusuf Mansyur yang menggambarkan karakter religius, *stylis* dan muda.

Perkembangan Industri musik religi terus berlanjut sampai dengan dekade 2010an. Habib Syekh bin Abdul Qadir Assegaf, atau yang populer disebut Habib Syekh menyuguhkan sesuatu yang baru, dan menjadi idola kalangan santri. Lagu-lagunya banyak dilantunkan anak-anak muda, dan konser selalu dipadati pengunjung (Saifuddin, 2011: 4). Habib Syekh menggunakan alat musik rebana yang *low technology*. Pada dekade ini juga manajemen hiburan tidak lagi memandang sebelah mata, industri religi. Promotor musik mulai berani mengorbitkan artis luar negeri semacam Maher Zein, Sami Yusuf, Haris J dan Native Deen. Maher Zein menjadi salah satu penyanyi religius luar

negeri yang paling sukses di Indonesia (Lubbi, 2015:1). Di luar musik, masyarakat disuguhkan dengan munculnya Novel ayat-ayat cinta karya Habiburrahman El-Shirazy yang *booming* dan kemudian difilmakan (Ilprima, 2016: 2). Ayat-Ayat Cinta dianggap sebagai representasi sastra Pesantren modern. Sastra Pesantren memang sebelumnya sudah ada tetapi dalam *setting* sosial yang sudah terlalu jauh dengan realitas kehidupan santri pada saat itu. Dalam Ayat-Ayat Cinta ini berkisah santri yang sedang studi lanjut di Kairo. Sebagaimana diketahui sejak 200an ini santri pada umumnya telah mengenyam jalur pendidikan formal. Tidak sedikit yang berlanjut sampai ke perguruan tinggi hingga ke luar negeri. Suskes Ayat-Ayat Cinta, mendorong dunia perfilman setelahnya, beramai-ramai memproduksi tema serupa yang mengilustrasikan kehidupan santri dan kronik di dalamnya.

Peneliti kemudian menetapkan sampel figur yang mewakili tiap dekade, untuk menggambarkan bagaimana tingkat popularitas hidup di kalangan santri.

Tabel 1

Figur dalam Industri pop yang mewakili budaya pop santri

No	Dekade	Artis	Bidang	Sampel yang mewakili
1	2	3	4	5
1	70 an	Bimbo	Musik	Bimbo
2	80 an	Nasdaria	Musik	Nasdaria
3	90 an	Kiai Kanjeng, K.H. Zaeudin M.Z. dan Group Nasyid Raihan	Musik, dakwah	Raihan
4	2000 an	Hadad Alwi, Opick, Ungu, Gigi, Ayat-Ayat Cinta, K.H. Abdullah Gymnastiar, Ust. Jeferi Al-Buchori, K.H. Yusuf Mansyur	Musik, dakwah Novel, film	Hadad Alwi Opick Ayat-ayat Cinta
5	2010 an	Maher Zain, Habib Syekh, Nisa Zabyan, Gus Azmi, Ustadz Abdul Shomad	Musik, dakwah	Maher Zein Habib Syekh* Nisa Sabyan Gus Azmi*

* *Muhibbin*

Tabel ini menunjukkan kontinuitas *pop culture* santri yang terus ada dari masa ke masa, dan ragamnya semakin banyak. Dari artis yang mewakili ini (kolom 5), kemudian ditetapkan sebagai sampel pada observasi lapangan mengenai tingkat popularitasnya. Berikutnya pada tabel 2:

Tabel 2
Keterserapan Budaya Pop Santri (%)

Dekade	Pernah dengar saja	Hafal sebagian Lirik	Hafal keseluruhan/ sebagian banyak	Hafal, Tahu artisnya	Hafal, tahu artisnya, Tahu judulnya	Jml
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
70 an	17	37	12	24	10	100%
80 an	14	27	26	18	15	100%
90 an	16	33	15	19	17	100%
2000 an	0	2	28	32	38	100%
2010 an	0	0	20	23	57	100%

Tabel ini disusun berdasarkan tingkat keterserapan dari rentang yang rendah, menengah hingga tertinggi, dengan skala 1-5. Dengan membaca tabel ini, dapat diketahui bahwa rata-rata kepopuleran produk industri pop bagi kalangan santri *trend* nya mengalami peningkatan terus menerus. Tingkat keterserapan pada kolom 6 yang menunjukkan tingkat kepopuleran terus naik dari dekade ke dekade. Terlihat juga bahwa semenjak dekade 2000-an, industri pop santri menjadi segmen pasar yang independen, ditandai dengan tidak adanya lagi responden yang klasifikasi jawabannya ada pada kolom 2. Meskipun terputus tiga dekade, generasi santri yang hidup pada dekade 2010 masih ada sebagian kecil yang mengenalinya.

Tabel berikutnya untuk melihat media yang digunakan kalangan santri dalam mengakses budaya pop santri.

Tabel 3
Media yang digunakan

Kelompok industri pop	Radio	TV	File Digital	Internet	Lainnya	Jml
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
70 an	10	5	17	31	37	100
80 an	11	3	15	27	44	100
90 an	9	6	19	20	46	100
2000 an	8	8	53	31	0	100
2010 an	9	8	48	35	0	100

Internet menjadi media favorit generasi milenial. Akses pop dapat semakin lebih masif dengan media internet. Internet juga merupakan salah satu kunci pokok globalisasi dimana budaya pop lahir dan besar. Ada sejumlah kecil Pesantren yang melarang penggunaan media elektronik bagi santrinya.

Tetapi hal itu pun tetap tidak lantas menjadikan santri tidak mengenal lagu-lagu pop yang sedang *hits*.

Tabel berikut dapat menunjukkan tingkat loyalitas publik santri sebagai *fans* terhadap figurinya. Dengan skala 1-4, disusun rentang terendah sampai tertinggi.

Tabel 4
Loyalitas santri terhadap publik figur produk industri pop

Dekade	Sekedar <i>Liesing time</i>	Mengkoleksi, Menyimpan file	Membentuk group serupa	Imitasi lainnya: fashion, merchandise	Jml
70 an	89	11	0	0	100
80 an	85	15	0	0	100
90 an	77	23	0	0	100
2000 an	23	48	7	22	100
2010 an	4	43	35	18	100

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa fenomena pop santri bukan lagi semata pengisi waktu luang (*liesing time*), atau sekedar mengagumi, lebih jauh telah mendorong imitasi melalui pembentukan group hadroh yang menjadi media ekspresi kalangan *muhibbin*. Selain di Pesantren, dari hasil wawancara, sebagian kecil santri mengajar musik hadroh dan sholawat di masjid-masjid pengajian di luar Pesantren. Fenomena *muhibbin* merupakan *mainstream* besar budaya pop santri, sehingga peneliti menyimpulkan *muhibbin* bersama group hadroh adalah representasi budaya pop santri.

F. MUHIBBIN WAVE

Gelombang besar budaya pop santri terjadi pada 2010an. Habib Syekh bin Abdul Qodir Assegaf bersama dengan hadroh Ahabul Musthofa meruntuhkan anggapan ketertutupan santri. Pernak-pernik bendera, *merchandise*, dan asesoris layaknya sebuah konser band, sebelumnya seakan tabu dan tidak pernah ditemui dalam kultur Pesantren, tiba-tiba menjadi bawaan wajib pada setiap pertunjukan Habib Syaikh. Pengunjung juga diajak larut menyanyi dan menari mengikuti syair-syair yang dikumandangkan. “Syekher Mania” merupakan panggilan khas bagi para pengikut Habib Syekh yang konsonannya terdengar mirip dengan penggemar fanatik salah satu group rock.

Popularitas dan magnet Habib Syaikh menjadi kulminasi budaya pop dari tradisi santri yang dogmatik. Gelar Habib semakin memperkokoh legitimasi ketokohan sang idola. Habib merupakan panggilan bagi keturunan Arab yang

silsilahnya terhubung sampai kepada Nabi Muhammad SAW. Dalam struktur sosial santri, Habib memiliki posisi istimewa. Menghormati Habib adalah representasi menghormati Nabi, seperti kepatuhan mutlak santri terhadap Kiai, semua yang berhubungan dengan pemilik gelar Habib biasanya ditaati oleh santri (Schimmel, 1992: 7).

Habib Syekh banyak menginspirasi santri membentuk group musik serupa. Dari hasil observasi lapangan, ditemukan hampir semua Pesantren tradisional di Banyumas memiliki group hadroh. Tradisi hadroh biasanya dilaksanakan rutin seminggu 1-2 kali. Group hadroh tidak saja ada di Pesantren, tetapi juga di masyarakat umum, dan diperkirakan jumlahnya empat sampai lima kali lipat dari jumlah hadroh di Pesantren. Sesuai hasil wawancara, pada beberapa santri yang menjadi guru hadroh di masyarakat, rata-rata mengajar musik hadroh antara 3-7 group hadroh. Hasil ini juga menunjukkan bahwa group hadroh mulai dihidupkan di kalangan Pesantren setelah tahun 2009, atau dengan kata lain semenjak popularitas Habib Syekh.

Sementara itu, di masyarakat umum luar Pesantren, group hadroh didirikan karena ingin melantunkan lagu-lagu Habib Syekh. Semua group hadroh, menjadikan lagu-lagu Habib Syekh sebagai lagu wajib saat latihan. Dapat disimpulkan bahwa dalam wujud formal dan pragmatik imperatif, Habib Syekh telah menyebarkan sesuatu yang menggejala di kalangan santri (*wavely*). Bentuk imperatif yang mengandung makna perintah, suruhan, desakan, imbauan, ajakan, dan harapan. Wujud *wavely* dapat diketahui dari konstruksi langsung maupun tidak, yang membuktikan bahwa meniru Habib bermakna agamis, religius, baik, keren dan perlu. *Sholawat* yang sebelumnya hanya berarti *mahdloh* yang eksotik telah membentuk dalam beragama variasi: seni lagu dan musik, identitas, dan organisasi sosial.

Dari ketertarikan mengikuti Habib Syekh ini, mendorong terbentuknya organisasi sosial *Muhibbin*, untuk menegaskan identitas kehabiban dan kesholawatan mereka. Motif-motif yang menjadi penyebab antara lain:

a. Berkah dan pahala

Umat Islam meyakini bahwa membaca sholawat adalah perintah Alloh dan amal baik yang dijanjikan pahala. Sholawat juga menunjukkan kecintaan kepada Alloh dan kepada Nabi. Unsur transendental semacam ini memperkuat para Muhibbin dalam menjalankan aktivitas yang berhubungan dengan sholawat. Motif transendental sebenarnya bukan hal yang

asing di kalangan santri, tetapi dalam hal ini, faktor figur Habib memberi pengaruh lain, seakan-akan kegiatan sholawat dengan iringan rebana semakin mendapatkan legitimasi.

b. Memperoleh ilmu

Kegiatan sholawat biasanya dibarengi dengan tausiyah kecil sebagai pengantar. Berbagai hal dari sekedar himbauan meningkatkan iman taqwa, dan memperkokoh persatuan, permasalahan kontemporer biasanya juga dibicarakan. Bagi sebagian santri mengaku, Muhibbin merupakan media pelatihan istiqomah dan komitmen dalam beramal sholeh.

c. Pesan moral

Syair-syair sholawat secara kebahasaan mengandung unsur kesusastraan yang tinggi serta secara religi mengandung makna yang dalam. *sholawat* bagi para anggota Muhibbin adalah semacam zikir, mereka mengaku memperoleh ketenangan batin ketika membacanya, apalagi ketika di bagian tertentu mengetahui terjemahnya, ada kesan mendalam yang didapatkan.

d. Interaksi sosial

Umat Islam meyakini bahwa silaturahmi dan berkumpul bersama orang-orang baik mengandung sejumlah manfaat. Dengan organisasi *Muhibbin*, para anggota dapat saling bertaaruf dan menjalin hubungan satu sama Azmi dinilai sangat mewakili problematika santri. Antara lain pesan kesabaran bagi para jomblo (istilah bagi remaja yang belum memiliki teman spesial), untuk bersabar, karena santri tidak seperti remaja pada umumnya yang boleh berpasangan. Tidak jarang gus Azmi juga melantunkan sholawat dengan nada lagu-lagu hits, sehingga santri telah familiar menirukannya. Salah satu judul lagunya berjudul cinta dalam istikhrah, dinilai ber-*setting* sangat santri.

g. Menunjukkan identitas

Bersholawat dalam sosiologi politik Islam di Indonesia merupakan amalan yang hanya dilakukan oleh kelompok tradisional. Sholawat telah membentuk karakterisitiknya yang membedakan dengan kelompok Islam modern atau kelompok-kelompok Islam lain. Kelompok yang lain bahkan melarang dan mengharamkan kegiatan sholawat. Dengan membaca sholawat, para Muhibbin merasa sedang *show force* menunjukkan identitas kelompoknya.

G. BUDAYA POP SANTRI

Kebaruan atau kekinian dalam konsep Islam disebut *tajdid* sebagai lawan istilah *turats* yang artinya lama atau tradisional. Sedangkan budaya diistilahkan dengan *tsaqofah* sehingga kata budaya populer atau *pop culture* dalam terjemahan arab membentuk frasa *Tsaqafatu at tajdidiyah*. Komunitas Santri memegang doktrin bahwa pada kehidupan setelah mati (akhirat) setiap manusia akan dikumpulkan bersama siapa yang ketika di dunia dicintainya. Bagi Santri pantang untuk mengidolakan figur yang menunjukkan pribadi yang jelas tidak beriman, karena orang tidak beriman di akhirat termasuk golongan yang negatif, apalagi bila aktivitasnya menjurus kepada kebatilan..

Pop bagi santri merupakan Pemaknaan realitas yang dilihat dari sisi moral agamanya. Kecenderungan pop santri terkesan lambat lebih karena sikap selektif terhadap setiap kepopuleran yang terjadi. Pop santri berbeda dengan budaya pop pada umumnya sebagai aktivitas hura-hura. Sudah terkonstruks dalam aturan santri batasan-batasan sebagai Muslim, dan dalam mencari hiburan tidak *just for having fun* tetapi melalui proses seleksi, dan penelaahan *mashlahah* dan *mahadharat*-nya. Dilihat dari sisi filosofis, santri mengemban misi menyebarkan agama (dakwah), sehingga santri selalu terikat pada ketentuan pada setiap ruang dan waktu dimana kapan dan kepada siapa misi ditujukan. Namun, di sisi lain sebagai manusia pembelajar, santri tetap dituntut menciptakan harmoni dengan lingkungan dan perubahannya (Rohimin, 2017: 170-178)).

Muhibbin dapat menjadi jembatan kompromi antar paradoksal semacam itu. Terhadap segala sesuatu yang baru (kebaruan/ *tajdid*), yang pop yang *trend*, santri dengan segenap misi dakwahnya seharusnya dapat bersikap, bahkan santri dapat menjadi pionir yang memprakarsai setiap penemuan kebaruan. Santri mengkaji kecenderungan sebuah masa depan (*future*), mempelajari sifat-sifat Tuhan, sifat-sifat manusia, dan sifat alam. Sebagai contoh teknologi sebagai katalis kemodernan. Budaya dan teknologi merupakan dua hal yang saling berkaitan. Membudayakan nilai Islam dengan begitu tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi. Disayangkan bila sebagian Pesantren justru melarang penggunaan teknologi informasi seperti tv dan gadget, dengan pertimbangan efek negatif yang ditimbulkan, namun sebenarnya santri adalah sedikit entitas sosial yang telah dibekali dengan filter moral, sehingga semestinya kalangan santri lebih siap menghadapi dampak teknologi.

Dari teknologi, transmisi ilmu kepada realitaas dapat terjadi. Dari hasil observasi didapati beberapa faktor penyebab timbulnya konektifitas santri dengan budaya pop: a) Adanya akses teknologi seperti internet. b) Adanya festival, even, dan perlombaan. c) Hadroh dan pembacaan sholawat rutin secara bergiliran, baik di lingkungan Pesantren maupun di luar, dan d) Adanya figur *eligible* seperti pada habib sebagai panutan.

Industri pop santri, mengalami masifikasi dengan adanya komunitas *Muhibbin*, bukan pemantik utama, melainkan penegas proses budaya yang berjalan dalam entitas tradisi santri. Budaya pop santri besar seiring ramainya industri musik religi ada. Jenis musik berbeda antar wilayah menyesuaikan kondisinya, tetapi hadroh menunjukkan universalisme Islam, karena musik rebana mengalir dari kultur Arab bersamaan dimana Islam terlahir. Dalam penelitian ini diketahui bahwa Santri pun mengalami proses *taste culture* atau memiliki semacam dinamika selera. Ini ditunjukkan dengan sikap selektif santri, bukan sekedar yang sesuai dengan nilai-nilai Keislaman tetapi juga yang secara *taste* dapat diterima. Dari Jenis-jenis *Sholawat* yang banyak ragamnya, hanya sebagian yang popularitasnya bisa *booming*. Pertautan anatra budaya pop dan budaya santri melahirkan semacam akulturasi. Akulturasi hanya dapat terjadi bila ada dua atau lebih budaya terjalin kontak (Marhayati, 2017: 403-433).

Muhibbin sebagai *wave* dan *pop culture* tetap berdiri dalam fungsi ritual ibadah, ekspresi seni, dan organisasi sosial, tetapi tidak menjelma sebagai produksi yang berorientasi pada nilai komersil semata, sebagaimana lekat pada budaya pop umumnya. Dalam perilakunya sebagai makhluk ekonomi, manusia tidak bisa lepas dari emosi (Juwita, 2018: 274). Emosi berupa perasaan intens yang tunjukkan kepada sesuatu, dan reaksinya (Robbins., 2008: 308). Individu dalam menentukan keputusan melewati tiga tahap: persepsi, interpretasi, dan respon.

- a. Persepsi, dalam proses ini santri menimbang bagaimana orang lain menilai perilaku popnya dalam kegiatan *Muhibbin*. Bila menurutnya pandangan orang lain cukup baik, maka akan dilakukannya. Sifat *permissive* santri membuat proses ini dapat terjadi secara *rigid*, namun ketika telah ditentukan hal itu dapat bertahan lebih permanen. Misalnya aspek *masalah-madharat* (keuntungan dan kerugian), santri mengenal beberapa jenis *masalah: daruriyyah, al hajiyat, dan tahsiniyat* (Hidayah,

2015: 18).

- 1) *Maslahah daruriyyah*, yaitu sesuatu yang harus ada untuk tegaknya kehidupan manusia, baik agama maupun dunia, dalam artian kebutuhan yang bersifat primer bagi kehidupan manusia. Kebutuhan tersebut meliputi pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.
 - 2) *Mashlahah al-hajiyat*, yaitu yang menghindarkan manusia dari kesulitan bagi subjek hukum. Jika mashlahah ini tidak terpenuhi, maka tidak menimbulkan kerusakan atau mengancam eksistensi manusia, melainkan hanya menimbulkan kesulitan. Mashlahah ini erat kaitannya dengan rukhsah.
 - 3) *Maslahah tahsiniyat*, merupakan mashlahah yang menopang peningkatan martabat seseorang di tengah-tengah masyarakat dan di hadapan Allah. Mashlahah ini hanya sebagai pelengkap jika kedua masalah di atas telah terpenuhi.
- b. Interpretasi, tidak sekedar menterjemahkan aktivitas aktivitas santri, melainkan juga menimbang secara fungsi apa manfaat yang dapat diambil. Dalam hal ini, menjadi *muhibbin* dianggap santri memiliki manfaat material dan nonmaterial sekaligus.
- c. Respon, apa peran penting kita dalam kegiatan kelompok. Arti peran antara lain dapat menjadi motivasi yang kuat dalam menjadi seorang popers yang *waved* dari nilai-nilai *Muhibbin*.

Budaya pop bagi santri dalam bentuk *Muhibbin wave* ini memiliki sejumlah keuntungan dan kerugian. Manfaatnya antara lain: 1) Ibadah yang memperkuat keimanan dan ketaqwaan. 2) Pembeajaran seni dan sastra. 3) Memberi motivasi dan kepercayaan diri. 4) Sebagai hiburan, dan 6) Menambah pertemanan. Adapun kerugiannya: 1) Kehilangan biaya dan waktu. Sebagai pembelajar, bagi santri waktu tentu sangat berharga, ketika menjadi *Muhibbin* maka harus kehilangan waktu. Selain itu ketika harus mengunjungi pertunjukan memerlukan biaya. 2) Berhubungan dengan luar, memungkinkan pengaruh masuk. Seberapapun sikap selektif santri, ketika kontak dengan dunia luar terjadi, maka pengaruh mungkin sekali masuk. Penggunaan teknologi digital semacam gadget juga berpotensi bagi santri terkena efek negatif internet.

H. SIMPULAN

Budaya pop menghadirkan hipnosi dan histeri bagi penggemarnya terhadap seorang figur idola, yang secara langsung maupun tidak menggiring dan menuntun perilaku seperti yang tercitra pada figur pop. Pecinta (*fans*) mendukung apa yang dilakukan idolanya selama itu membuat mereka senang dan seolah semakin dekat dengan idolanya. Komunitas santri melakukan proses seleksi terhadap bentuk budaya dan figur yang diidolakan. Figur Nabi sebagai *uswatun khasanah* (tauladan dan percontohan) tetap mendapatkan tempat utama. Idola yang dipilih adalah yang mencerminkan kepribadian profetik sebagaimana Nabi, terlebih lagi figur idola tersebut memiliki kecintaan yang sama terhadap Nabi, dengan apa yang diproduksi misalkan fashion, musik, film dan novel. Dalam memilih dan membentuk budaya pop, komunitas santri berusaha tetap memegang prinsip yang sejalan dengan nilai-nilai keIslaman. Contohnya sholawat dan pujian-pujian sebagai ekspresi cinta terhadap Allah dan Rasulnya. *Muhibbin* muncul sebagai gejala pop yang paling wajar bagi santri karena secara *taste* dan substansi serta figurnya dapat diterima menurut nilai-nilai santri.

DAFTAR PUSTAKA

- Asep Syamsul M., Romli. 2006. *Kembalikan Nasyid Pada Khittahnya*. Bandung: Marja.
- Bashori. 2017. "Modernisasi Lembaga Pendidikan Pesantren Perspektif Azyumardi Azra Nadwa", *Jurnal Pendidikan Islam UIN Walisongo*, Vol. 11, Nomor 2 Tahun 2017.
- Burton, Greame. 2012. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Cholifah, Umi. 2011. "Eksistensi Grup Musik Kasidah "Nasida Ria" Semarang dalam Menghadapi Modernisasi", *Jurnal Komunitas*: 3 (2) 2011.
- Diani, Indriyana R. & Indri Guli. 2010. *Kekuatan Musik Religi; Mengurai Cinta Merefleksi Iman Menuju Kebaikan Universal*. Jakarta: PT Gramedia.
- Indianto, Dimas. 2013. "Visi Profetik Puisi Yang Karya Abdul Wachid B.S.". *Ibda: Jurnal Kajian Islam dan Budaya*, Vol. 11, No. 2, Juli - Desember 2013.

- Hidayah, Nurul. 2015. "Budaya Populer di Kalangan Santri Putri dalam Perspektif Fikih Kontemporer". (*Jurnal Thaqafiyat* Vol. 16, No. 1, Juni 2015).
- Ibrahim, Idi Subandy. 2007. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ilprima, Ricca Junia. 2016. "Analisis Wacana Pesan Toleransi Antar Umat Beragama dalam Novel Ayat-Ayat Cinta 2 Karya Habiburrahman El Shirazy". *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Juwita, Sufi Hindun. 2018. "Tingkat Fanatisme Penggemar K-Pop dan Kemampuan Mengelola Emosi Pada Komunitas Exo-L di Kota Yogyakarta". *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, Volume 4, Nomer 7, Juli 2018.
- Khadavi, M. Jadid. 2014. "Dekonstruksi Musik Pop Indonesia dalam Perspektif Industri Budaya". *Jurnal Humanity*, Volume 9, Nomor 2.
- Kemenag RI. 2004. *Profil Pondok Pesantren Mu'adalah*. Jakarta: Dirjen KAI.
- Lubbi, M. Afthon, *Pesan Dakwah dalam Lirik Lagu Maher Zain (Studi Semiotik Terhadap Lirik Lagu "Open Your Eyes" Karya Maher Zain*, (elibrary.Unisba).
- Maesaroh, Nenden. 2017. "Perubahan Gaya Hidup Santri Sebagai Dampak Modernisasi Pesantren". *Sosietas. Jurnal Pendidikan Sosiologi*, vol. 7. No. 1.
- Madjid, Nurcholish. 1992. *Bilik-Bilik Pesantren: Sebuah Potret Perjalanan*. Jakarta: Paramadina.
- Maksum, Syukron, Fatoni el Kaysi. 2013. *Sembuh Berkah Shalawat; Terapi Ampuh Mencegah dan Mengobati Penyakit*. Yogyakarta: Kana Media.
- Maunah, Binti. 2009. *Tradisi Intelektual Santri*. Yogyakarta: Penerbit Teras.
- Nelly Marhayati & Suryanto. 2017. "Dinamika Kelompok Minoritas dalam Mempertahankan Tradisi Studi pada Keluarga Kerukunan Tabot di Bengkulu". *Studia Islamika*, Vol. 24, No. 3, 403-433.
- Ridaryanthi, Melly. 2014. "Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi perilaku Konsumen: Studi Terhadap Remaja". *Jurnal Visi Komunikasi*, Volume 13, No. 01, Mei 2014: 88-104.
- Ristinawati, Rista. 2009. "Identitas Manusia". *Skripsi*. FIB, UI.

- Robbins, S. P. & Timothy A. J. 2008. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rohimin. 2017. "Pendidikan Spiritual Pada Anak Usia Dini: Upaya Penggalan Narasi edukatif al-Quran dalam Pembinaan Rasa Keagamaan pada Anak. *Jurnal Nuansa*, Vol. X, No. 2, Desember 2017, 170-178.
- Safitri, Fatikha. 2013. "Nilai-nilai Pendidikan Islam dalam Lirik Lagu Religi Karya Aunur Rafiq Lil Firdaus (Opick)". Skripsi, UMS.
- Saifuddin, Moh. 2011. "Wujud dan Strategi Imperatif dalam Pidato Habib Syech Bin Abdul Qodir Assegaf". Skripsi. UMS.
- Schimmel, Annemarie. 1992. *Muhammad adalah Utusan Allah.*, Terj. Rahmani Astuti. Bandung: Mizan.
- Stinati, Dominic. 2016. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Narasi-Pustaka Prometheus.
- Storey, John. 2007. *Culture Studies dan Kajian Budaya Pop, Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. Jakarta & Bandung: Jalasutra.
- Wahid, Abdurrahman. 2001. *Menggerakkan Tradisi, Esai-Esai Pesantren*. Yogyakarta: LKIS.
- Wargadinata, Wildan. 2010. *Spiritualitas Sholawat*. Malang: UIN Maliki Press.
- Ziemek, Manfred. 1986. *Pesantren dalam Perubahan Sosial*. terj. Butche B Soendjyo. Jakarta: P3M.