

**Konstruksi Media Dakwah:  
Tradisi Versus Ekonomi dalam Pemasaran Air Doa**

Rojabi Azharghany  
Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo, Indonesia  
**Email: azharghany@gmail.com**

**Abstract**

The phenomenon of marketing prayer water by offering blessings is a part of social relations accepted by the Indonesian people. This study aims to determine how blessings are accommodated in the practice of religious ritual therapy associated with certain religious figures. In particular, this study examines the practice of the Air Blessing (Holy Water) ritual of Habib Hasan Al Muhdor, a religious leader from the Shalawat Ahbabul Musthofa Council at Widoro Krejengan Probolinggo. To determine the community's construction of blessed water, data collection methods were used by observing and interviewing 1 assembly leader, 1 head of blessed water distribution and 3 local communities with special needs for blessed water, such as illness, pregnancy and life success. In analyzing the data, this study uses Berger's sacred canopy theory approach. As a result of observing this religious (or economic?) Therapy, society has transmitted material or money into blessings with the medium of Habib Muhdor's prayer water as a form of practice to get through life's problems. This fact shows the desecularization between the sacred and the profane, also shows the other side in practice it is used by certain figures for the purpose of strengthening patronage and capital capital.

**Keywords:** Prayer Water, Blessing, Religious Therapy, Sacred World

**Abstrak**

Fenomena pemasaran air doa dengan menawarkan keberkahan menjadi bagian dari relitas sosial yang diterima oleh masyarakat Indonesia. Studi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana berkah dikomodifikasikan dalam praktik terapi ritual keagamaan yang dikaitkan dengan tokoh agama tertentu. Secara khusus kajian ini meneliti praktik ritual Air Berkah (Air Suci) dari Habib Hasan Al Muhdor, tokoh agama dari Majelis Shalawat Ahbabul Musthofa di Widoro Krejengan Probolinggo. Untuk mengetahui konstruksi masyarakat terhadap air berkah tersebut, digunakan metode pengumpulan data dengan pengamatan dan mewawancarai 1 pemimpin majelis, 1 kepala distribusi air berkah dan 3 masyarakat lokal yang berkebutuhan khusus terhadap air berkah, seperti sakit, hamil dan kesuksesan hidup. Dalam menganalisa data, kajian ini menggunakan pendekatan teori *sacred canopy* Berger. Hasil dari mengamati terapi religius (atau ekonomi?) Ini, masyarakat telah mentransmisikan materi atau uang ke dalam berkah dengan media air doa milik Habib Muhdor sebagai bentuk praktik untuk melewati masalah hidup. Kenyataan ini memperlihatkan desekularisasi antara yang sakral dan profan, juga menunjukkan sisi lain dalam

praktiknya digunakan oleh tokoh tertentu untuk tujuan penguatan patronase dan modal kapital.

**Kata Kunci:** Air Doa, Berkah, Terapi Religius, Dunia Sakral

## PENDAHULUAN

Saat ini dengan mudah kita bisa mendapati fenomena di media sosial dan perkumpulan dalam bentuk pengajian, sholawatan maupun halaqoh-halaqoh lainnya dengan menawarkan doa dan keberkahan yang dikomodifikasi dalam air-air kemasan untuk kemudian dipasarkan secara konvensional maupun on line. Sebut saja misalnya air kemasan *KH-Q* dari Yayasan Arwaniyah Kudus, *Air Ajwa* milik Habib Riziq, *Air Budha* di Borobudur, *Air Nur Syifa*, air Rukyah dan *Doa Ali Jaber* milik Ali Jaber, *Az Zikra* milik Arifin Ilham, air *Quaya*, *Air Majelis Rasulullah* milik Habib Mundzir, air *Santri* dari Pesantren Sidogiri dan air *VO2* yang *dibranding* sebagai minuman berkah Habib Syekh. Di Kabupaten Probolinggo sendiri ada Air Doa milik Habib Hasan al Muhdor Pengasuh Majelis Sholawat Ahabul Mustofa sekaligus pengasuh pesantren Azzahir di Desa Widoro Kecamatan Krejengan Kabupaten Probolinggo

Air Doa milik Habib Hasan diambilkan dari sumur pesantren yang diasuhnya. Air tersebut kemudian dikemas setelah melewati proses penyulingan sebagaimana yang dilakukan pada air isi ulang di depo-depo air isi ulang. Tidak ada yang istimewa dalam proses tersebut. Semua proses dilakukan sebagaimana prosedur air isi ulang. Kemudian air dimasukkan ke dalam kemasan yang tidak ada labelnya. Ada berbagai macam kemasan botol dan galon. Air kemasan tersebut kemudian dipasarkan kepada jamaah sholawatnya yang tersebar di Probolinggo. Masyarakat juga bisa membeli langsung ke Pesantren Azzahir.

Rutinan sholawatan Ahabul Mustofa juga menjadi media pemasaran Air Doa. Habib Hasan bersama jamaahnya mengadakan pengajian dan sholawatan keliling di tempat-tempat berbeda yang dijadualkan secara rutin.

Dalam bulan-bulan tertentu, seperti bulan romadlon, bulan muharom, bulan rajab dan bulan robiul awal, jamaah sholawat ini membuat jadwal keliling pesantren dan makam-makam yang diakui masyarakat sebagai makam para wali. Tentunya bukan jamaah rutin saja yang ikut, tapi juga santri pondok pesantren yang ditempati acara dan masyarakat di sekitar makam tersebut juga diajak ikut hadir. Di pintu masuk acara berjejer air yang dikemas dalam botol tanggung maupun botol besar diletakkan di atas meja panjang. Sejumlah masyarakat dan santri yang bukan jamaah rutin membeli air tersebut dengan bermacam-macam variasi dan kebutuhan. Keperluan tersebut bisa ditujukan untuk dirinya maupun orang lain; seperti untuk keselamatan bayi dikandung dan ketika melahirkan, mengharapkan anak yang soleh dan cerdas, untuk kesembuhan dari berbagai macam penyakit, mendapatkan jodoh, murah rizki, lancar perdagangan dan urusan-urusan lain yang sebenarnya saat ini sudah ada profesi yang resmi untuk menanganinya.

Ghofur (34) mengaku membeli air tersebut untuk kepentingan kelancaran kelahiran istrinya.

“Saat ini istri saya sedang hamil dan dalam minggu ini adalah hari perkiraan lahir anak saya. Nanti air ini akan saya minumkan kepada istri saya ketika sdh ada tanda-tanda kelahiran anak saya. Semoga anak saya bisa lahir dengan selamat dan menjadi anak yang sholeh, juga semoga proses istri saya melahirkan bisa berjalan lancar.”

(wawancara dengan Muhammad Ghafur 12/08/2020)

Setelah membeli air tersebut beberapa jamaah meletakkan air yang dikemas dalam botol tersebut di depan Habib Hasan, para habaib dan kiai-kiai yang duduk di depan berhadapan dengan jamaah sholawatan yang berada di shof terdepan. Sebagian jamaah yang tidak bisa meletakkan di depan dikarenakan tempatnya sudah penuh, memilih meletakkan didepannya sendiri.

Botol-botol tersebut dalam keadaan dibuka tutupnya. Hal tersebut diyakini agar doa dan sholawat bisa masuk ke dalam botol tersebut dan merasuk ke air.

Sehabis acara selesai, pemandu acara sholawat mengumumkan kepada para jamaah agar mengambil air yang tadinya diletakkan di depan.

“Bagi para jamaah yang tidak sempat membeli air... bisa langsung mendatangi para petugas di pintu masuk.”

Para jamaah juga bisa langsung datang sendiri ke Habib Hasan di pesantrennya. Mereka yang datang langsung ada yang sebagai jamaah rutin dan juga jamaah yang tidak rutin mengikuti Sholawat Ahbabul Mustofa. Sebelum menghadap, para jamaah membeli air terlebih dahulu di toko yang berada di dalam pesantren. Selanjutnya mereka menghadap sendiri dan menyampaikan hajatnya. Dihadapan Habib Hasan, tutup botol dibuka sendiri oleh para jamaah. Setelah tamu-tamu jamaah menyampaikan berbagai macam hajatnya, selanjutnya Habib Hasan memimpin doa dengan menengadahkan tangan diikuti oleh para jamaah dengan membaca amin. Kata Habib Hasan, kebanyakan air doa diminta oleh masyarakat untuk penyembuhan penyakit, tapi ada juga untuk keperluan lain, misalkan untuk kehamilan dan ketika hendak melahirkan, untuk masalah ekonomi, kelancaran usaha dan bisnis, juga untuk kegelisahan batin, sampai-sampai ada juga yang tidak bisa tidur; juga masalah hubungan dalam keluarga, suami istri kurang harmonis; masalah keamanan dirinya dan keluarganya; masalah tanaman yang kurang subur; dan ketika membangun dan menempati rumah.

Tidak hanya memimpin doa, Habib Hasan juga memberikan pesan-pesan keagamaan yang berkaitan dengan hajat para jamaah yang datang. Ia menyampaikan air doa hanyalah sebagai media, sebagai bentuk ikhtiar yang diperintahkan oleh Allah kepada manusia. Sehingga tetap hasil akhirnya kembali kepada Allah sebagai penentunya.

Berkaitan dengan penggunaan air dalam proses ikhtiar ini, ia menjelaskan, bahwa Tuhan itu menciptakan segala sesuatu dengan *sabab* (hal yang menjadi penyebab yang mengakibatkan munculnya hal yang lain), yang berwujud media-media tertentu yang telah ditetapkan oleh Tuhan sendiri.

Dalam hal soal menentukan *sabab*, lanjutnya, Allah menciptakan *sabab* tidak hanya satu pilihan, tapi sebaliknya dengan berbagai macam varian; ada yang biasa-biasa dan ada yang luar biasa; Ada yang konvensional dan non konvensional (modern). *Sabab-sabab* yang biasa adalah *sabab* yang dalam pandangan masyarakat sudah cukup lumrah, dalam artian tidak aneh karena jarang terjadi. Sebaliknya, *sabab* yang luar biasa adalah *sabab-sabab* yang jarang terjadi dalam pandangan masyarakat, sehingga terbilang aneh atau luar biasa.

Pendapatnya mengenai banyaknya masyarakat yang meminta air doa adalah wajar-wajar saja. Namun, lanjutnya, memang perlu diluruskan niat dan caranya; jangan sampai masyarakat itu bersandar dan memohon kepada makhluk termasuk orang yang dimintai itu, karena dikhawatirkan jatuh dalam kekufuran. Sekaligus juga perlu diberi pemahaman bahwa *sabab* yang paling pokok dalam ajaran Islam adalah doa. Persoalan memilih *sabab* dengan media-media lainnya, itu hanyalah bagian dari pernik-pernik saja.

Mengenai perannya yang diposisikan oleh masyarakat sebagai orang yang dimintai air doa, ia berpendapat, bahwa ini adalah peranan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat karena masyarakat masih menganggap ini adalah kebutuhan. Selain itu, peranan ini juga bisa dijadikan sebagai media dakwah dalam memotivasi masyarakat untuk selalu rajin dan taat beribadah.

Berdasarkan pengakuannya, hal lain yang sering dilakukannya adalah kalau penyakit yang dimakudkan oleh orang yang datang itu adalah penyakit fisik, maka ia menanyakan dulu apakah sudah melakukan tindakan medis apa

belum?; apa sudah ke dokter? Bahkan terkadang ia juga menyarankan untuk mengkonsumsi jamu-jamu tertentu berdasarkan pengalamannya. Jadi ia tidak hanya memberikan air doa, tapi juga terkadang menyarankan yang lain. Hal ini tergantung pada kondisinya.

Meminta air doa, dalam pandangannya, ini terletak pada keyakinan orang yang meminta. Kalau yang meminta itu yakin, pada kiai siapapun insyaallah itu bermanfaat. Sebaliknya, kalau tidak yakin, siapapun tidak akan bermanfaat. Hal ini beliau nyatakan sesuai dengan *hadits qudsi:ana inda dzonni abdibi* (Aku—Allah—bergantung kepada bagaimana hambaku mempersangkakan Aku). Dalam persoalan ini termasuk juga *husnudzon* pada seseorang. Dari *husnudzon* itulah nanti akan melahirkan sugesti yang mendorong orang tersebut untuk yakin terhadap apa yang dia lakukan. Sehingga, kalau orang tersebut tidak yakin, maka tidak akan tersugesti.

Sebenarnya, fakta meminta air, katanya, tidak hanya ke habib atau kiai saja. Banyak juga yang meminta pada selain kiai; seperti pada dukun atau lainnya. Menanggapi hal itu, beliau memberikan peringatan kepada masyarakat agar berhati-hati.

Bukan hanya yang datang kepada habib atau kiai, bahkan orang yang dimintai memberikan air doa bisa juga memiliki niat yang bermacam-macam, sehingga dijadikan media untuk tujuan yang bermacam-macam pula; seperti cari uang, untuk tujuan politik ataupun dakwah. Sama dengan orang baca *quran*, baca *sholawat* bisa untuk tujuan yang bermacam-macam.

Dalam kenyataannya, fakta meminta air doa ini tetap bertahan, ia menyampaikan, karena manusia dalam kehidupannya suatu ketika pasti akan mengalami jalan buntu. Ketika itu terjadi, akhirnya manusia mencari alternatif-alternatif yang bermacam-macam; ada yang ke kiai, ada yang ke dukun. Bahkan ada yang bunuh diri. Sebetulnya mereka ingin lari kepada Tuhan, tapi ada yang tidak tahu caranya.

Tentang kemasuk akal meminta air doa, ia menyatakan, kalau kita menggunakan logika agama, fakta ini tergolong masuk akal. Dalam ranah tauhid ini hal masuk akal. Tapi kalau logika medis yang tidak disambung dengan ilmu-ilmu agama, mungkin tidak masuk akal. Tapi, sekarang ini sudah banyak orang yang memadukan pendekatan medis dan non medis; pendekatan batiniah-rohaniah dengan pendekatan fisik-jasmaniah. Nyatanya memang bermacam-macam penilaian—baik yang datang dari diri sendiri maupun orang lain—terhadap usaha seseorang untuk mencapai cita-cita hidupnya. Ada yang dianggap logis-wajar, tapi menurut orang lain tidak dianggap logis dan wajar. Tentunya masing-masing punya logika sendiri-sendiri.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini mengambil lokasi di Probolinggo. Secara khusus kajian ini meneliti praktik ritual Air Berkah (Air Suci) dari Habib Hasan Al Muhdor, tokoh agama dari Majelis Shalawat Ahbabul Musthofa di Widoro Krejengan Probolinggo. Majelis sholawat ini memiliki lebih dari 3 ribu jamaah. Pelaksanaan ritual bersama jamaah dilakukan dengan *road show* dari satu tempat ke tempat lainnya. Hal itu dilakukan agar jamaah yang tidak berkesempatan menjangkau majelis di Krejengan dapat turut hadir.

Untuk mengetahui konstruksi masyarakat terhadap air berkah tersebut, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Peneliti memilih teknik sampling *non probability* dengan penentuan subjek secara *purposive* dan *snow ball*. Pengumpulan data dengan *participant observation* dan mewawancarai 1 pemimpin majelis, 1 kepala distribusi air berkah dan 3 masyarakat lokal yang berkebutuhan khusus terhadap air berkah, seperti sakit, hamil dan kesuksesan hidup.

Dalam menganalisa data, kajian ini menggunakan pendekatan teori *sacred canopy* Berger. Analisa menekankan kepada konstruksi masyarakat dan tokoh majelis terhadap praktik ritual air doa. Pada sudut pandang ini peneliti

menggunakan tiga alat konstruksi Berger, yakni eksternalisasi, objektifikasi dan internalisasi. Penggunaan pendekatan ini dapat melihat secara utuh dan mengungkap makna yang tersembunyi dalam hubungan realitas ganda pada praktik ritual air doa ini.

## **PEMBAHASAN**

### **Desekularisasi**

Membraurnya agama melalui pasar komoditas, melalui liputan media, perkumpulan dan strategi pemasaran beserta prosedur ritual yang sengaja didesain agar diikuti oleh masyarakat telah menegaskan kembali kemakmuran agama dalam kehidupan sehari-hari masyarakat (Zhao & Lounsbury, 2016). Air doa adalah bagian dari religiusitas yang dikemas sedemikian rupa sehingga mendapatkan segmen pasar penting di masyarakat. Mereka adalah masyarakat yang membutuhkan jalan alternatif untuk memenuhi hajat hidupnya (Mishra et al., 2017). Desakan ekonomi, keinginan sembuh, kebutuhan akan keselamatan, persoalan-persoalan kehidupan memberikan dorongan khusus kepada masyarakat menjadi bagian dari segmen pasar komoditas air doa (Litteer, 2013). Dengan alasan memberikan pelayanan kepada masyarakat—sebagaimana disampaikan Habib Hasan—kebutuhan masyarakat terhadap air doa perlu difasilitasi. Agar masyarakat yang membutuhkan usaha melalui air doa dengan mudah bisa mendapatkan air doa milik Habib Hasan tersebut, maka bagian marketing air doa mengiklankan di radio Ahbabul Mustofa.

Selain itu dalam perkumpulan-perkumpulan majelis sholawatan Ahbabul Mustofa yang diadakan rutin diberbagai tempat, pembawa acara juga memberikan pengumuman kepada masyarakat yang membutuhkan air doa. Masyarakat bisa mendapatkan air tersebut pada saat berlangsungnya acara perkumpulan sholawatan maupun mendatangi langsung kepada Habib Hasan di pesantrennya. Bagi yang membeli air doa di acara perkumpulan sholawatan ada kebiasaan yang menjadi ritual masyarakat untuk meletakkan air di *shof*

depan yang berhadapan langsung dengan Habib Hasan yang duduk bersama habaib dan para kiai. Air dalam botol tersebut dibuka tutup botolnya sebagai isyarat agar doa dan sholawat bisa masuk ke dalam air tersebut. Bagi yang mendatangi langsung kepada Habib Hasan, masyarakat ditanyakan terlebih dahulu kebutuhannya, selanjutnya Habib Hasan memimpin doa dihadapan botol-botol yang berisi air dengan tutup terbuka. Setelah selesai berdoa Habib Hasan memberikan nasehat-nasehat kepada masyarakat yang meminta air doa. Ketika berpamitan pulang, kebiasaan masyarakat menyalami Habib Hasan dengan uang yang bervariasi jumlahnya; ada yang 50 ribu dan ada yang 100 ribu. Salah satunya dilakukan oleh Aminullah, warga Krejengan meminta air doa untuk kesembuhan orang tuanya yang mengalami penyakit struk. Maksud pemberian uang tersebut adalah upaya *ngalap berkah* atau mengharapkan berkah dari habib dengan harapan semoga hajat kebutuhannya bisa dikabulkan oleh Allah. Rangkaian-rangkaian tersebut menunjukkan bahwa doa sebagai bentuk usaha kesalehan manusia yang digabungkan dengan air (sebagai kebutuhan duniawi) (Qudsi & Shawkat, 2018), lalu masyarakat sebagai konsumen dan Habib Hasan sebagai produsen menegaskan ranah agama masuk dalam mekanisme pasar (Basedau et al., 2018). Mekanisme itu menjadi pola yang terkonstruksi di tengah-tengah masyarakat dalam *secured canopy*.

Metafora terkenal '*secured canopy*' dari Berger (1969) menandai beberapa keyakinan dan praktik keagamaan yang beragam. Dengan '*secured canopy*', berarti dunia kita definisikan secara religius, yang mana selalu ada desain pemberian tatanan moral dan perlindungan spiritual bagi manusia dan masyarakat bagi segala aktifitasnya. Air doa yang didapatkan dari Habib Hasan, di konstruksikan oleh masyarakat sebagai bentuk usaha untuk menyelesaikan kebutuhan-kebutuhan keselamatan dan kesejahteraan masyarakat di dunia. Melalui air doa masyarakat diajak untuk menciptakan tatanan moral masyarakatnya dengan terus mengkonstruksi kebutuhan akan air doa. Bagi Aminullah (26) Adanya air doa menjadi pemantik bagi dirinya untuk terus

bersemangat dalam menyelesaikan persoalan hidup karena adanya harapan. Disamping itu dalam konstruksi masyarakat terhadap air doa diyakini sebagai bentuk usaha akan adanya sebab dari pertolongan Allah. Keyakinan akan perlindungan spiritual dari Allah menjadikan ‘harapan’ mendapatkan ‘sandaran kokoh’ untuk menyelesaikan segala persoalan hidup.

Desain konstruksi tatanan moral dan perlindungan spiritual di masyarakat terhadap air doa membuat masyarakat merasakan ketentraman karena adanya alternatif solusi menghadapi kesulitan-kesulitan hidup yang tidak jarang menuntut biaya yang cukup besar (Ruml, 2020). Kenyataan inilah yang di singgung oleh Berger bahwa manusia tidak bisa ‘melangkah keluar’ dari kanopi ini. Untuk melangkah keluar dari situ hanya akan membuat masyarakat ‘memasuki kegelapan yang kacau, menjadi anomi, bahkan mungkin masuk ke dalam kegilaan’(Berger, 1969). Bambang (32) misalkan, bagi dia lebih senang menggunakan air doa karena hal itu lebih praktis daripada harus ke dokter.

“Karena banyak kejadian teman-teman saya diprediksi oleh dokter soal kelahirannya harus dengan operasi, tapi ketika mencoba alternatif dengan meminta air doa kepada kiai atau habib, ternyata *malah* lancar dan normal.”

(wawancara dengan Bambang 21/08/2020)

Inilah kemudian yang dikatakan oleh Bambang sebagai kemasukakalan dalam air doa ini, yakni dengan melihat kepada bukti-bukti nyata setelah meminum air doa. Begitu juga ketika istrinya sedang hamil atau mau melahirkan. Bambang merasakan ada suatu kondisi yang tidak nyaman kalau tidak mendapatkan air doa untuk istrinya.

Air doa adalah bagian dari ritual keagamaan yang hadir ditengah masyarakat dengan seperangkat sistem nilai dan praktek ritual (Kartika et al., 2020). Sebagaimana Agama, dalam bentuk apa pun itu dipahami dan

dipraktikkan, merupakan '*secured canopy*' yang beragam. Dalam ruang '*secured canopy*' tersebut air doa menciptakan ikatan komunal sekaligus memberlakukan perintah suci secara moral baik di ditingkat kosmos maupun sehari-hari (Azharghany, 2018). Masyarakat yang terbiasa meletakkan air doa ketika acara rutin sholawatan Ahbabul Mustofa terdorong untuk selalu ikut serta bersama jamaah-jamaah yang lain dalam perkumpulan sholawatan tersebut. Bagi mereka yang beberapa kali datang langsung kepada Habib Hasan untuk meminta air doa, tentunya akan melahirkan kesamaan pemikiran komunal atas sikap patronasenya kepada Habib Hasan. Ikatan komunal itu tidak hanya terjadi untuk kepentingan perkumpulan jamaah sholawatan saja. Lebih dari itu berlanjut pada kepentingan-kepentingan lain dalam segala hal bentuk pertukaran yang berkaitan dengan berbagai kepentingan kehidupan, seperti perdagangan, keselamatan dan masalah kemakmuran. Dengan demikian keberadaan air doa berdampak pada konstruksi masyarakat dalam menyematkan religiusitas ke dalam sendi-sendi kehidupan mereka. Dengan demikian usaha-usaha apapun yang dibarengkan dengan praktek religiusitas maupun keberagaman, bagaimanapun, adalah 'usaha manusia dalam membentuk kosmos yang keramat' (Berger, 1969).

Dengan demikian, perbedaan antara yang sakral dan yang profan dalam konsep Weber tak lagi relevan (Kitiarsa, 2005). Secara teoritis sangat tidak sesuai menempatkan komoditas religius di Indonesia dalam spektrum konseptual sekularisasi dengan menganggap bahwa model komodifikasi agama telah mengubah agama menjadi barang dagang yang membawa mereka ke dalam berbagai skala dan mode transaksi pasar. Air doa secara nyata telah membuktikan bahwa konstruksi masyarakat masih menganggap bahwa adanya air doa adalah berkaitan dengan *wasilah* kepada Allah dalam mencari sebab untuk menyelesaikan persoalan kehidupan. Disamping itu mekanisme pasar dalam marketing air doa tercerap sebagai hubungan yang simbiosis mutualisme. Memasarkan air doa bukan hanya melulu sebagai ladang bisnis tapi

dalam rangka memberikan pelayanan kepada masyarakat sebagaimana yang dikatakan oleh Habib Hasan. Proses seperti ini tampaknya berjalan melawan posisi yang dirasionalisasi dan diadopsi oleh teori sekularisasi, yang meramalkan penurunan fungsional agama secara signifikan, sehingga berpengaruh terhadap aksi sosial (dan kesadaran) masyarakat dan individu saat mengalami modernisasi dan rasionalisasi (Weidner, 2010).

Lyon dengan yakin menyatakan bahwa 'sekularisasi sebagai meta-naratif sudah mati' (Lyon, 2000). Kenyataannya, lebih banyak masyarakat secara rasional dimodernisasi, diberi berpendidikan ilmiah dan teknologi canggih yang secara umum maju dan makmur ekonominya, maka semakin banyak orang cenderung terpesona atau bahkan terpesona oleh keyakinan mereka (Kitiarsa, 2008). Berbagai macam akses terhadap fasilitas dan teknologi baik dari segmen kesehatan, pendidikan, ekonomi maupun budaya tidak menjadikan masyarakat krejengan yang berbatasan dengan ibu kota Probolinggo; Kraksaan sebagai masyarakat yang sekular. Nuansa religiusitas adalah bagian terpenting yang ikut mengisi penyelesaian kehidupan. Mengutip teori batas akal, menurut J. G. Frazer manusia memecahkan masalah-masalah hidupnya dengan akal dan sistem pengetahuannya, tetapi akal dan sistem pengetahuan manusia terbatas. Makin maju kebudayaannya, makin luas batas akal itu, dalam banyak kebudayaan batas akal manusia masih sangat sempit. Soal-soal hidup yang tak dapat mereka pecahkan dengan akal, dipecahkan dengan magik atau ilmu ghaib (Koencaraningrat, 1987).

Demikianlah deskularisasi memasuki relung-relung dan sendi-sendi kehidupan masyarakat. Nasehat-nasehat Habib Hasan baik saat bertemu langsung ketika meminta air doa maupun melalui jamaah sholawat Ahbabul Mustofa menjadi semangat pendorong bagi masyarakat untuk menciptakan kesejahteraan, masuk melalui mekanisme pasar, pada kelompok-kelompok perkumpulan keagamaan; seperti pesantren dan masyarakat yang ditempati

rutin sholawat, pada iklan-iklan di radio Ahbabul Mustofa maupun pamflet-pamflet yang disebarakan berisi manfaat air doa.

Deskulerisasi pada air doa menciptakan efek yang signifikan terhadap pola perkembangan praktek keberagamaan masyarakat. Air doa tidak lagi menjadi barang eksklusif dan tertutup untuk kalangan tertentu. Berlakulah efek deskulerisasi menciptakan deprivatisasi ritual keagamaan tak lagi bisa dielakkan. Karena masyarakat dan pimpinan ritual sengaja menghendaki terkonsentrasinya massa dengan jumlah yang besar. Mekanisme pasar menjadi produk yang menggiurkan untuk menata jejaring agar air doa semakin meluas dan diminati banyak kalangan.

Maka bisa kita lihat bagaimana segala macam pertukaran akan ada, baik sebelum, ketika maupun sesudah ritual berlangsung. Agama kemakmuran, sebagaimana dikatakan Kitiarsa, yang mempromosikan kesuksesan, kekayaan dan kesehatan yang baik, telah berkembang dengan baik di zaman modern (Kitiarsa, 2008). Hal ini sebagaimana yang dikehendaki masyarakat bahwa keperluan mengkonsumsi air doa adalah untuk keselamatan bayi dikandung dan ketika melahirkan, mengharapkan anak yang soleh dan cerdas, untuk kesembuhan dari berbagai macam penyakit, mendapatkan jodoh, murah rizki, lancar perdagangan dan urusan-urusan lain yang sebenarnya saat ini sudah ada profesi yang resmi untuk menanganinya.

### **Patronase**

Ketertarikan masyarakat terhadap air doa yang dimiliki oleh Habib Hasan, ada sangkut pautnya dengan ketokohan Habib. Sebagaimana diungkapkan oleh Mahfudz (40) bahwa dia percaya terhadap air tersebut karena seorang habib adalah sosok yang dekat kepada Allah.

“Saya yakin bahwa seorang habib itu adalah keturunan rosul. Darahnya suci. Dan memiliki kedekatan langsung kepada rosul yang memiliki

kedekatan kepada Allah. Semoga dengan doa dari habib hasan melalui air ini, keluarga saya bisa selalu diberikan kesehatan dan keselamatan oleh Allah.” (Wawancara dengan Mahfudz Adhim 14/08/2020)

Ketokohan seorang habib umumnya pada masyarakat Indonesia disamakan dengan Kiai—utamanya bagi habib yang memiliki pesantren, bahkan golongan habaib memiliki posisi yang lebih tinggi dari kiai (Gibson, 2000). Hal ini bisa dilihat dari beberapa kiai-kiai pesantren yang memberikan *previlage* kepada keturunan habaib yang berada di pesantrennya. Sejumlah pesantren besar di Jawa Timur, seperti Lirboyo di Kota Kediri dan Sidogiri di Pasuruan memberikan kebebasan kepada para habaib yang nyantri untuk bebas dari peraturan pesantren.

Terkait dengan hal ini, Sebagai pemimpin kultural, masyarakat tidak hanya menjadikan kiai sebagai pemimpin agama, lebih dari itu masyarakat menjadikan kiai sebagai acuan dalam hal memenuhi kebutuhan keseimbangan hidup mulai dari melahirkan dan kelahiran anak, mendidik anak, menyelesaikan masalah keluarga, masalah ekonomi, sampai kepada kematian. Studi Dhofier (1999), Suprpto (2009) dan Burhanuddin (2003) misalnya memperlihatkan dalam komunitas Muslim, seorang kyai memainkan berbagai peran dominan yang tumpang tindih (*polymorphic*) termasuk guru agama, panduan orang, pemimpin komunitas, guru spiritual dan referensi moral. Juga Masud (2004) secara luas diketahui bahwa seorang kyai diminta sebagai penasihat politik oleh penguasa lokal atau nasional. Seorang kyai hebat dari Jawa Timur, Hasyim Asy’Ari, sangat dihormati karena menjadi penguasa besar kyai (hadhrat asy-Syaikh). Dalam sistem tradisional sekolah Islam (pesantren) sebagai kemungkinan besar di tempat lain, kyai tidak dapat dipertanyakan dan ditantang oleh siswa mereka, dan menuntut kesetiaan penuh dan mendalam. Seorang Muslim biasa akan sangat mungkin dan diharapkan untuk menunjukkan rasa hormat dan tunduk pada kyai (Hidayat, 2017).

Berlandaskan dari berbagai macam studi menempatkan masyarakat yang berpatron pada kiai mentipifikasikan kiai dengan berbagai macam hal yang dikategorikan dalam suprarasional dan dogmatis. Kiai dikategorikan sebagai pewaris nabi (Siradj, 1998), wali Allah (Zulkifli, 2003), sumber berkah (Turmudi, 2003), keramat dan menguasai ilmu *laduni* (menguasai berbagai ilmu tanpa harus belajar) (Ricklefs, 2012), sehingga muncul di kalangan santri dan masyarakat fenomena “nderek kiai” (mengikuti kiai) (Baso, 2012) yang menghendaki pola ketertundukan terhadap kiai.

Pandangan demikian ini telah menempatkan kiai atau habib sebagai sosok yang dijunjung tinggi (*pepunden*) dalam kultur orang Jawa. Idiom-idiom seperti “orang yang menghormati orangtua dan gurunya berarti menghormati Tuhannya” menjadi legitimasi tersendiri di kalangan mereka yang semakin memantapkan posisi kiai bukan hanya sebagai guru agama tapi juga guru laku kehidupan (Mulder, 2001).

Selain pengaruh dari doktrin agama, pengkultusan kepada Habib Hasan juga dipengaruhi oleh budaya yang berkembang berupa “nderek kiai” dan “jejer pandhita”. Di lingkungan masyarakat Krejengan hal ini masih sangat kental. Sebagaimana disebutkan dalam tulisan sebelumnya, masyarakat sangat kuat kebergantungannya kepada Habib Hasan dalam segala hal urusan baik yang berkaitan dengan keakhiratan maupun urusan keduniawian. Masyarakat masih percaya bahwa Habib Hasan adalah orang yang diberi kekuatan khusus oleh Allah dengan kemampuan banyak hal. Kemampuan inti itu berupa doa mujarab karena Habib Hasan diyakini sebagai orang yang dekat dengan Allah.

Bukan hanya hal keakhiratan dan keduniawian saja yang diyakini masyarakat bisa diselesaikan dengan perantara Habib Hasan, juga hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan di alam ghaib. Habib Hasan diyakini bisa melakukan komunikasi dengan kehidupan alam ghaib, karena pada masyarakat masih berkembang kepercayaan tentang adanya makhluk-makhluk dari alam

ghaib; baik yang bisa memberikan kekuatan maupun yang dianggap menjadi gangguan.

Kepercayaan lainnya adalah sebagaimana yang di ungkapkan oleh Riklefs (2012) yang telah melakukan berbagai penelitian di pesantren Jawa. Seperti hasil penelitian Riklefs tentang keyakinan masyarakat terhadap kekeramatan kiai dan habaib, keyakinan masyarakat di lingkungan Krejengan terhadap Habib Hasan diasosiasikan memiliki kekuatan adimanusiawi, menguasai beragam ilmu keislaman tanpa perlu mempelajarinya, memiliki anugerah untuk meramalkan sesuatu, bisa menyembuhkan sakit dan memeberikan kekebalan. Hal yang senada juga terjadi pada penelitian Dhofir (1980) tentang kepercayaan masyarakat terhadap kemampuan-kemampuan adimanusiawi kiai dan habaib yang menjadikan kiai atau habaib sebagai sosok yang keramat.

Kenyataan lain adalah, sejak masuknya Islam ke Jawa, para kiai telah menikmati kedudukan sosial yang tinggi. Dibawah pemerintahan kolonial Belanda, para Sultan Jawa lebih menaruh perhatiannya terutama kepada aspek-aspek politik pada kesultanan dan dalam pengertiannya yang kongkrit membiarkan masalah-masalah Islam ditangani oleh para kiai. Dengan demikian berarti Sultan telah memberikan kekuasaan penuh kepada kiai untuk mengatur masyarakat berkaitan dengan hal-hal agama (Munif, 1992).

Dengan kedudukan sosial tersebut, maka dibuatlah tradisi-tradisi yang bisa meneguhkan posisi kiai atau habib dengan menciptakan tradisi-tradisi yang sekiranya bisa berpusat pada kiai atau habib. Jika demikian adanya maka hal ini masuk dalam “rekayasa sosial” tahap legitimasi dalam teori Berger (Berger, Peter L and Luckmann, 1967). Meskipun hal tersebut diakui oleh Habib Hasan sebagai alat untuk meneguhkan dakwah para ulama.

Untuk mempertahankan patronase pada Habib Hasan, maka dibutuhkan sebuah simbol-simbol tradisi yang bisa dijadikan perantara penguatan patron. Sebagaimana dikatakan Marvin Harris, bahwa budaya dikembangkan oleh

suatu masyarakat berdasarkan pada materi (benda) yang dimilikinya. Menurut Harris sebuah kebudayaan terbentuk karena pengaruh lingkungan (materi) yang terlebih dahulu mempengaruhi pemikiran manusia (Ardiansyah, 2013).

### **Konstruksi Sosial Air Doa**

Konstruksi ketokohan Habib Hasan tersebut menetrasi pada masyarakat sehingga mensugesti untuk menyampaikan segala persoalan hidup; mulai dari kelahiran sampai kematian dengan harapan dapat terselesaikan dengan baik setelah meminta air doa kepada kiai atau habib. Dalam tahap ini Habib Hasan tampil mengeksternalisasi diri sebagai tokoh yang bisa diandalkan oleh masyarakat dalam menyelesaikan persoalan masyarakat melalui air doa.

Dalam proses ini kemudian masyarakat mendapatkan legitimasi dari sumber keagamaan, bahwa ritual yang dilakukan oleh Habib Hasan adalah ritual keagamaan yang diperintahkan oleh Allah sebagai Tuhan yang menguasai segala persoalan. Pada kemudian proses obyektifikasi menjadikan masyarakat dengan mudah mengambil segala nilai-nilai keagamaan maupun tradisi yang berkaitan dengan ketokohan seorang habib maupun air doa.

Selanjutnya masyarakat akan bercerita tentang pengalamannya kepada orang lain; tentang keberhasilannya dalam menyelesaikan persoalan hidupnya. Tahap ini disebut dengan sosialisasi. Dalam fungsinya sosialisasi merupakan cara pemeliharaan dan transformasi kenyataan subjektif yang melembaga dalam identitas. Dalam hal ini, orang-orang dekat sangat berpengaruh dalam memertahankan kenyataan subjektif. Begitupun “orang-orang yang kurang penting” tentunya dengan intensitas yang berbeda-beda. Orang lain ini penting bagi individu untuk mengkonfirmasi identitasnya. Konfirmasi dilakukan agar individu mengetahui apakah ia memang benar sebagaimana yang ia pikirkan sendiri. Ketika individu dihadapkan pada perbedaan pendapat tentang identitasnya (antara penguatan identitasnya waktu itu *versus* identitas yang dianggap gagal), maka ia akan mempunyai pilihan antara mengakui kegagalan

identitasnya atau memecat dan menurunkan orang-orang disekitarnya menjadi “tidak penting” dalam bangunan konsepnya, lalu berpaling pada yang lain untuk memperoleh konfirmasi yang bermakna. Inilah yang disebut oleh Berger dengan asimetri atau kegagalan sosialisasi. Proses terjadinya asimetri digambarkan dalam perbedaan yang terjadi dalam bahan internalisasi yang dipersiapkan oleh orang tua dan yang disembunyikan oleh anak (Berger, Peter L and Luckmann, 1967). Bagi masyarakat yang gagal menyelesaikan persoalan hidupnya dapat diatasi dengan doktrin bahwa yang menyelesaikan segala persoalan adalah Allah. Dengan demikian kemungkinan untuk menyalahkan Habib Hasan dan air doanya bisa diminimalisir. Cerita dari orang-orang yang gagal tidak akan tersebar. Hanya mereka yang berhasillah yang ikut andil secara tidak langsung menjadi bagian marketing dari proses pemasaran air doa ini.

Sehingga hal itu menjadi sumber internalisasi yang kemudian mengakar kuat menjadi konstruksi untuk menjaga keberlangsungan adanya air doa. Dalam proses internalisasi ini perlu ditekankan, bahwa Berger memberikan pernyataan tentang identitas yang merupakan unsur kunci dari kenyataan subjektif (Berger, Peter L and Luckmann, 1967). Proses-proses sosial yang dapat mempertahankan identitas ditentukan oleh struktur sosial, sebaliknya identitas yang terbentuk hasil dari interaksi terhadap struktur sosial dengan memeliharanya, memodifikasi dan membentuknya kembali.

## **PENUTUP**

Konstruksi situs-situs agama, proses marketing dan patronasinya dalam kenyataan air doa ini bisa digambarkan sebagai ‘ekonomi simbolik’ di sekitar situs-situs tersebut. Inilah sistem yang diatur oleh penyembahan dan pencarian objek-objek suci di satu sisi, dan penciptaan simbol-simbol material yang membutuhkan sejenis dukungan finansial untuk mempertahankan dan mereproduksi ritual-ritual tersebut.

Simbol-simbol air doa itu terkonstruksi di masyarakat melalui proses eksternalisasi, obyektifikasi dan internalisasi. Hasilnya, air doa menjadi melembaga ke dalam nilai, norma dan sistem sosial yang ada di masyarakat melalui legitimasi agama dan nilai budaya serta sosialisasi yang dilakukan oleh tokoh agama dan oleh masyarakat sendiri.

Kenyataan ini memperlihatkan desekularisasi bahwa ritual air doa dipercaya oleh masyarakat sebagai alternatif dalam menjembatani persoalan hidup dan spiritualitas. Selain itu, fenomena ini memiliki sisi lain dalam praktiknya digunakan oleh tokoh tertentu untuk tujuan penguatan patronase dan modal kapital.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Azharghany, R. (2018). Capitalizing The Sacred: Marketing Blessed Water as Religious Therapy in Krejengan Probolinggo. *AT-TURAS: Jurnal Studi Keislaman*, 5(2), 157–170.
- Basedau, M., Gobien, S., & Prediger, S. (2018). The multidimensional effects of religion on socioeconomic development: a review of the empirical literature. *Journal of Economic Surveys*, 32(4), 1106–1133.
- Baso, A. (2012). *Pesantren Studies Buku II (2a) : Kosmopolitanisme Peradaban Kaum Santri di Masa Kolonial*. Pustaka Afid.
- Berger, Peter L and Luckmann, T. (1967). *The Sosial Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books.
- Berger, P. L. (1969). *The Sacred Canopy: Element of a Sociological Theory of Religion*. Anchor Books.
- Gibson, T. (2000). Islam and the Spirit Cults in New Order Indonesia: Global Flows vs. Local Knowledge. *Indonesia*, 69(April 2000), 41–70.

- Hidayat, R. (2017). *Santri , Kyai , and Ulama : Framing Masculinities within Indonesian Religious Elites*. August 2011, 0–14.
- Kartika, K. R., Sastrawan, I., Fridyantara, N. M. A., & Wirawan, I. (2020). Inter-cultural Communication of Bapuq Dana Ritual at Multiethnic Communities and Trans-religious. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(4).
- Kitiarsa, P. (2005). Beyond Syncretism: Hybridization of Popular Religion in Contemporary Thailand. *Southeast Asian Studies*, 36(3), 461–487.
- Kitiarsa, P. (2008). *Religious Commodifications In Asia; Marketing Gods*. Routledge.
- Koencaraningrat. (1987). *Sejarah Teori Antropologi*. UI-Press.
- Litteer, T. A. (2013). *Praying for the sick: A training program for members of Living Waters Fellowship*. United Theological Seminary.
- Lyon, D. (2000). *Jesus in Disneyland: Religion in Postmodern Times*. Polity Press.
- Mishra, S. K., Tripathi, E., Byomesh, T., & Trikamji, B. (2017). Spirituality and religiosity and its role in health and diseases. *Journal of Religion and Health*, 56(4), 1282–1301.
- Mulder, N. (2001). *Ruang Batin Masyarakat Indonesia*. LKIS.
- Munif, M. H. (1992). *Pondok Pesantren Berjuang*. Sinar Wijaya.
- Qudsi, S., & Shawkat, A. (2018). *Sufism and Early Islamic Piety: Personal and Communal Dynamics*. Cambridge University Press.
- Ricklefs, M. C. (2012). *Islamisation and Its Opponents in Java: A Political , Social , Cultural , and Religious History , c. 1930 to the Present*. NUS Press.
- Ruml, M. F. (2020). Vision questing in the New Forest: Indigenous spirituality in the public sphere and the cultural values underlying the Idle No More

movement. *Social Compass*, 67(1), 59–71.

Siradj, S. A. (1998). *Ahlus Sunnah Wal Jama'ah dalam Lintas Sejarah*. LKPSM.

Turmudi, E. (2003). *Struggling for the Umma : Changing Leadership Roles of Kiai in Jombang, East Java*. ANU E Press.

<http://www.oapen.org/record/459752%5Cnhttp://www.oapen.org/download?type=document&docid=459752>

Weidner, D. (2010). Thinking beyond Secularization: Walter Benjamin, the “Religious Turn,” and the Poetics of Theory. *New German Critique*, 111, 131–148.

Zhao, E. Y., & Lounsbury, M. (2016). An institutional logics approach to social entrepreneurship: Market logic, religious diversity, and resource acquisition by microfinance organizations. *Journal of Business Venturing*, 31(6), 643–662.

Zulkifli. (2003). *Sufi Jawa;Relasi Pesantren Tsawuf*. Pustaka Sufi.