

BAB II KERANGKA TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Mujahadah An-Nafs.*

a. *Pengertian Mujahadah An-Nafs*

Istilah umum kata *mujahadah* berasal dari Bahasa Arab *jahada* yang berarti “bersama-sama berjuang sekuat kemampuan”. Sementara di kalangan sufi istilah ini mengacu pada disiplin asketis dan perjuangan spiritual di jalan sufi.¹ Makna *mujahadah an-nafs* adalah sikap menahan hawa nafsu guna memerangi segala sikap dan perilaku buruk yang disebabkan oleh amarah dan menghapuskan segala sifat *mazmumah* dan dari penyakit hati seperti fitnah, dengki, dendam, bimbang, dan sebagainya yang bersumber dari hasutan setan dan dari segala macam ambisi pribadi yang tujuannya adalah untuk menyucikan jiwa.²

Mujahadah juga bisa diartikan sebagai perang, tetapi perang yang dimaksudkan tidak secara tegas. Jadi jika *jihad* diartikan sebagai “berjuang demi agama” maka sebenarnya maknanya sangat luas.³ Dan jika diperhatikan arti kata *jihad* sebagai asal kata *mujahadah*, maka disimpulkan bahwa *mujahadah* adalah suatu bentuk usaha yang sungguh-sungguh atau perjuangan melawan hawa nafsu yang diusahakan secara optimal baik lahir maupun batin melalui tindakan nyata dalam pelaksanaan syari’at Islam berdasarkan Al-Qur’an serta sunnah.⁴

Mujahadah merupakan salah satu bentuk upaya untuk menundukkan nafsu syahwat. *Mujahadah*

¹ Bambang Pranowo, *Memahami Islam Jawa*, (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2011), 141

² Dita Anggraini, “Konsep dan Contoh Aplikasi Konseling Religius dengan Pendekatan *Tazkiyatun Al-Nafs*”, *Jurnal Consulenza* 5, No. 2, (Universitas Islam Jember, 2022): 193

³ M. Fathurahman, *Mujahadah Bacaan dan Amalan Penting untuk Mempercepat Terkabulnya Hajat*, (Klaten: Tim Medpress, 2014), 10

⁴ M. Fathurahman, *Mujahadah Bacaan dan Amalan Penting untuk Mempercepat Terkabulnya Hajat*, 26

berasal dari kata *al-jihad* yaitu berusaha dengan segala kesungguhan, kekuatan dan kesanggupan pada jalan yang diyakini benar. *Mujahadah* adalah berusaha untuk melawan dan menundukkan kehendak hawa nafsu. Rasulullah SAW bersabda: “seorang mujahid yaitu seorang yang berjihad, yaitu dia yang melwan hawa nafsunya karena Allah SWT.” Dengan kata lain, seseorang yang *bermujahadah* rela meninggalkan apa yang disukainya demi memburu sesuatu yang diyakininya benar, baik, dan betul. Imam Al-Ghazali berkata: “Antara tanda kecintaan hamba kepada Allah ialah mengutamakan perkara yang disukai Allah daripada kehendak nafsu serta pribadinya.” Latihan menundukkan hawa nafsu perlu dilakukan sedikit demi sedikit tetapi istiqomah, dan melakukan *bermujahadah* dalam beramal. Perjuangan untuk melawan hawa nafsu memang tidak mudah. Imam Al-Ghazali dalam *Raudlatu Thalibin* berkata “berhati-hatilah kamu dengan hawa nafsu. Itu adalah musuh kita yang paling sengit dan yang paling sulit untuk dikalahkan.”⁵

Menurut Imam Al-Ghazali bahwa, kepribadian religius seorang muslim dapat dibentuk melalui *mujahadah an-nafs (takhalli)* dan *riyadhatun nafs (tahalli)*. Konsep dari *mujahadah an-nafs (takhalli)* adalah sebuah amalan yang memerangi segala perbuatan yang tidak patut dan buruk yang dilarang oleh Allah swt. Namun konsep dari *riyadhatun nafs (tahalli)* didukung oleh *mujahadah an-nafs (takhalli)* dimana mengacu pada penerapan amalan dan perilaku yang baik atau *mahmudah*.⁶

Mujahadah An-Nafs juga berarti pengosongan jiwa atau mengosongkan jiwa dari selain Allah swt dan segala sifat buruk atau sifat *mazmumah* dan penyakit hati seperti fitnah, hasad, dengki, dendam, bimbang, berprasangka

⁵ M.Khamzah, *Akidah Akhlak Kelas X*, (Kementrian Agama RI, 2022), 27

⁶ Noraini Ismail dkk, “*Mujahadahadatur Nafs dan Riyadatur Nafs Praktek Pembentukan Kepribadian Agama mahasiswa Universitas*”, *Jurnal i-LEdHS* (2021): 4

buruk dan sebagainya. Hati yang sakit mengarah pada masyarakat yang tidak etis dari sudut akhlak dan emosi serta mengakibatkan timbulnya berbagai masalah dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, justru *mujahadah an-nafs* dilakukan bersungguh-sungguh untuk mewujudkan masyarakat yang damai. Proses tersebut sangat penting untuk mengatasi masalah-masalah hati yang dari penyakit rohani dan menciptakan masyarakat yang harmonis.⁷

Dalam studi lain yang dilakukan oleh Supriyadi dan Miftahul Jannah yang menggunakan *takhalli* dan *tahalli* pada pendekatan Hamka dalam pendidikan karakternya. Seperti halnya Imam Al-Ghazali, Hamka memaparkan konsep trilogi tasawuf yang bersifat *takhalli*, *tahalli*, dan *tajalli*. Hal tersebut menunjukkan bahwa Hamka melihat pentingnya hubungan dekat dengan Allah melalui praktik *muraqabah* dalam pembentukan kepribadian religius.⁸

b. Tahapan Mujahadah An-Nafs

Menurut Iman Al-Ghazali dalam Kitab *Raudah At-Thalibin wa 'Umdah As-Salikin*, ber *mujahadah* dapat dilakukan dengan beberapa tahapan. Yang *pertama*, sedikit demi sedikit mengurangi makan. Sebab maka seringkali menjadi kepanjangan tangan dari sebuah ek sisten, nafsu, dan setan. Dengan mengurangi makan, maka dominasinya akan menjadi melemah. *Kedua*, meninggalkan dan meleburkan ikhtiar pada Syekh (pembimbing spiritual), yang terjaga, untuk memilihkan yang terbaik. Posisinya tersebut tak ubahnya seperti seorang anak kecil yang belum baligh atau seperti orang yang bodoh yang tidak mengerti apa-apa.

Sehingga meniscayakan keberadaan orang tua, wali, hakim, atau pemimpin yang membimbingnya.⁹ *Ketiga*, mengikuti tarekat Imam al-Junayd yang terdiri dari delapan syarat yaitu: wudhu, puasa, diam, *khalwah*,

⁷ Salasiah Hanin, "Aplikasi Tazkiyah Al-Nafs Menerusi Mujahadah A-Nafs dalam Kaunseling", *Jurnal Fikiran Masyarakat* 5, No. 2, (2017): 58

⁸ Noraini Ismail dkk, "Mujahadahadatur Nafs dan Riyadatur Nafs Praktek Pmebentukan Kepribadian Agama mahasiswa Universitas": 5

⁹ Al-Ghazali, *Samudra Pemikiran Al-Ghazali*, terj. *Majmu'ah Rasail al-Imam al-Ghazali*, (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Sufi, 2002), 202

dzikir dengan ucapan “*La ilaha illa Allah*”, hubungan batin dengan guru dengan menyerap pengetahuannya meleburkan diri bersamanya, terus meninggalkan hal-hal yang mengundang bahaya, serta meninggalkan jauh-jauh sikap menentang Allah swt. baik hal itu akan membahayakan ataupun akan memberikan kemanfaatan dan tidak mempertanyakan persoalan yang berkaitan dengan Surga dan Neraka.¹⁰

c. Prinsip *Mujahadah An-Nafs*

Dalam pendapat Imam Al-Ghazali dan Ibnu Athaillah, *mujahadah* maupun *riyadah* merupakan bentuk awal dari proses transformasi rohani dan harus mengikuti aturan yang terstandar berdasarkan latihan spiritual para sufi. Diantara prinsip-prinsip *mujahadah* maupun *riyadah* sebagai berikut:

1) Melawan Tuntutan Nafsu

Melawan nafsu dalam *suluk* hakiki adalah membersihkan dan meluruskan akhlak, perilaku, dan pengenalan. Maka *salik* akan menyibukkan diri dengan ibadah lahiriyah dan batiniyah serta menjauhkan segala yang menyibukkan diri dari Allah. secara keseluruhan setiap anggota tubuh *salik* sibuk menegakkan kewajiban yang ditetapkan Allah dan Rasul-Nya serta meninggalkan semua yang dibenci sehingga nafsu meninggalkan syahwatnya.

2) *Riyadah* yang relevan

Menurut Al-Ghazali, *mujahadah* dan *riyadah* harus sesuai kadar yang diperlukan. Seperti halnya seorang dokter yang harus dapat mengukur intensitas penyakit tertentu secara pasti kemudian menentukan kadar pengobatannya.

3) *Ta'dib* berjenjang (terapi bertahap)

Jika pada awalnya perilaku tercela sangat sulit dihindari, maka beralihlah pada akhlak tercela yang lebih ringan. Seperti orang yang belum sepenuhnya lepas dari kemewahan, maka ia harus secara bertahap mengurangi gaya hidupnya yang glamor dan secara

¹⁰ Al-Ghazali, *Samudra Pemikiran Al-Ghazali*, terj. *Majmu'ah Rasail al-Imam al-Ghazali*, 203

bertahap mencoba menjalani kehidupan yang sederhana.¹¹

- 4) Cegah nafsu yang mengenakan
Setiap yang mengenakan nafsu harus dihindarkan dan nafsu dicegah dari upaya mencari yang enak-enak saja.
- 5) *Reward* dan *punishment*
Soalan ganjaran (*reward*) dan hukuman (*punishment*) merupakan hal yang harus dilakukan oleh orangtua atau guru dalam mendidik nafsu, namun tentunya harus dilakukan dengan teknik pemberian yang tidak melanggar prinsip-prinsip edukatif dan psikologis Islam.¹²

2. Santri

a. Pengertian Santri

Menurut Nurcolish Majid menyebut dua pendapat tentang asal kata santri. Pertama, kata santri berasal dari kata "*shastri*" dalam bahasa Sanskerta yang artinya melek huruf. C.C. Berg mengartikan *shastri* dengan orang yang tahu buku-buku suci agama Hindu. Pendapat tersebut merujuk kepada para santri yang berusaha mendalami agama melalui kitab-kitab bertulisan Arab asli maupun Arab pegon. Kedua, kata santri berasal dari kata "*cantrik*" dalam bahasa Jawa berarti seseorang yang selalu mengikuti seorang guru kemana guru tersebut pergi menetap. A.H. John berpendapat bahwa santri berasal dari bahasa Tamil yang berarti guru mengaji. Oleh karena itu, pendapat-pendapat tersebut menyimpulkan bahwa santri adalah seseorang yang mendalami agama melalui kitab-kitab dengan mengikuti guru atau kyai.¹³

Kata santri memiliki arti sebagai orang yang mendalami agama Islam, orang yang beribadah dengan sungguh-sungguh dan orang yang saleh. Santri

¹¹ Akhmad Sodiq, *Prophetic Character Buliding: Tema Pokok Pendidikan Akhlak Menurut Al-Ghazali*, (Jakarta: Kencana, 2018), 213

¹² Akhmad Sodiq, *Prophetic Character Buliding: Tema Pokok Pendidikan Akhlak Menurut Al-Ghazali*, 214

¹³ Iffan Ahmad Gufon, "*Santri dan Nasinalisme*", *Islamic Insights Journal* 01, No. 01, (2019): 42

adalah sekelompok orang yang taat terhadap aturan agama (orang saleh) dan terus-menerus memperdalam pengetahuan tentang agama Islam dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan ulama'. Karena berbicara tentang kehidupan ulama', senantiasa menyangkut pula kehidupan para santri yang menjadi murid dan sekaligus menjadi pengikut serta pelanjut perjuangan ulama' yang setia. Santri merupakan siswa atau mahasiswa yang dididik di dalam lingkungan pondok pesantren. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Clifford Geerts, kebanyakan santri berumur antara dua belas sampai dua puluh lima tahun, namun ada juga yang pernah menjumpai beberapa yang berumur enam tahun dan tiga puluh lima tahun. Karena santri bukan mata pencaharian, kecuali kyai, dan jarang sekali terdapat orang setengah baya atau orang tua dipondok.¹⁴

b. Klasifikasi Santri

Menurut pendapat Zamakhsyari Dhofier, menyatakan bahwa tradisi pesantren, santri terdiri menjadi dua yaitu: santri kalong dan santri mukim. Pertama, santri kalong merupakan murid-murid yang selanjutnya disebut sebagai santri dan merupakan orang yang berasal dari desa-desa sekitar pesantren, untuk mengikuti pembelajaran di pesantren, santri tersebut bolak-balik (*nglaju*) dari rumah dan tidak menetap dalam pesantren. Kegiatan utama yang biasanya dilakukan oleh santri *kalong* adalah mengaji dan sebagai *reference group* santri yang tinggal di asrama. Penanaman nilai dan moral yang diberikan melalui mengaji dan mengkaji kitab salaf akan membentuk santri kalong supaya berkepribadian sebagai santri yang menetap di asrama.¹⁵

Kedua, santri mukim adalah santri yang berasal dari daerah yang jauh dan tinggal di pondok pesantren.

¹⁴ Muhammad Muzakki, "Perubahan Perilaku Santri(Studi Kasus Alumni Pondok Pesantren Salafiyah di Desa Langkap Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo)", *ISTAWA: Jurnal Pendidikan Islam* 2, No. 1, (2016): 7

¹⁵ Alfi Nadhiroh, "Kelompok Santri dalam Pendidikan Kepesantrenan: Studi di Pondok Pesantren An-Najma Banaran Semarang", *Jurnal Solidarity* 10, No. 2, (2021): 151

Santri mukim memiliki aktivitas seperti biasa, yang membedakan hanyalah tempat tinggalnya. Santri mukim adalah kelompok sosial berupa *membership group* terhadap kelompok santri kalong. Biasanya perbedaan-perbedaan antara pesantren besar dan pesantren kecil dapat dilihat dari komposisi santri kalong. Semakin besar sebuah pesantren, akan semakin besar jumlah santri mukimnya. Dengan kata lain, pesantren kecil akan memiliki lebih banyak santri kalong daripada santri mukim¹⁶

3. Budaya Populer

a. Pengertian Budaya Populer

Untuk mendefinisikan budaya populer, pertama-tama kita perlu istilah ‘budaya’. Menurut Raymond William menyebut budaya ‘salah satu dari dua atau tiga kata yang paling rumit dalam Bahasa Inggris. William menyarankan tiga definisi luas. Pertama, budaya dapat digunakan untuk merujuk pada proses umum perkembangan intelektual, spiritual, dan estetika. Misalnya, berbicara tentang perkembangan budaya Eropa Barat dan hanaya merujuk pada faktor intelektual, spiritual, dan estetika-filsuf hebat, seniman hebat dan penyair hebat. Hal tersebut akan menjadi formulasi yang dapat dipahami. Penggunaan kedua dari kata ‘budaya’ mungkin untuk menyarankan cara hidup tertentu, entah itu orang, periode atau kelompok. Terakhir, William menyatakan bahwa budaya dapat digunakan untuk mengacu pada ‘karya dan praktik aktivitas intelektual dan khususnya aktivitas artistik’. Dengan kata lain, kebudayaan disini berarti teks-teks dan praktik-praktik yang fungsi utamanya adalah menandai, memproduksi atau menjadi ajang produksi makna.¹⁷

Budaya populer juga dikenal sebagai budaya pop atau kultur populer adalah sekumpulan ide,

¹⁶ Alfi Nadhiroh, “*Kelompok Santri dalam Pendidikan Kepesantrenan: Studi di Pondok Pesantren An-Najma Banaran Semarang*”: 152

¹⁷ John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture*, (New York: Routledge, 2013), 2

perspektif, perilaku, citra, dan fenomena lain yang dipilih oleh konsensus informal didalam arus utama sebuah budaya, khususnya budaya Barat. Budaya populer juga dapat diartikan sebagai budaya yang diciptakan atau diproduksi dan dikonsumsi secara massal serta digemari oleh kebanyakan rakyat (*populist*). Istilah “populer” menurut William memiliki makna sebagai berikut: (1) banyak disukai; (2) jenis kerja rendahan; (3) karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang; (4) budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri. Budaya populer pada akhirnya melahirkan selera yang sama diantara kelompok budaya yang berbeda dan terkadang juga disebut sebagai budaya rendahan (*low culture*). Secara sosiologis, budaya populer umumnya digemari oleh kelas pekerja dan kelas menengah dengan menyenangi hal-hal yang berkaitan pada acara olahraga, film, komedi situasi ditelvisi dan opera sabun, dan musik pop, musik dangdut, dan musik rock. Juga sering digunakan untuk menyebut budaya yang menyenangkan atau banyak disukai orang dan dianggap sebagai representasi dari budaya rendah. Dengan artian, budaya populer bersifat residua dalam mengakomodasi praktik budaya yang tidak memenuhi persyaratan budaya tinggi yang luhur.¹⁸

Terlepas dari hal tersebut, yang jelas adalah bahwa setiap definisi budaya populer harus menyertakan dimensi kuantitatif. Kepopuleran budaya populer tampaknya akan menuntutnya. Namun, yang juga jelas adalah bahwa indeks kuantitatif saja tidak cukup untuk memberikan definisi yang memadai tentang budaya populer. Perhitungan tersebut hampir pasti mencakup ‘budaya tinggi’ yang disetujui secara resmi yang dalam hal penjualan buku dan rekaman serta peringkat penonton untuk drama televisi klasik dapat dibenarkan dalam mengkalim sebagai ‘populer’ dalam artiannya.¹⁹

¹⁸ Sugeng Pujileksono, *Pengantar Antropologi (Memahami Realitas Sosial Budaya)*, (Malang: Intrans Publishing, 2015), 43

¹⁹ John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture*, 5

Budaya populer adalah budaya yang berasal dari rakyat dan budaya otentik rakyat. Budaya pop seperti halnya budaya daerah yang termasuk budaya dari rakyat untuk rakyat. Konsep budaya populer beraneka ragam seperti: budaya pop dapat dipahami sebagai budaya yang berasal dari rakyat, oleh rakyat, serta semua hal yang disukai oleh rakyat. Budaya populer diproduksi melalui teknik produksi massal industri dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan kepada khalayak konsumen massa.²⁰

Budaya populer atau sering kali dianggap sebagai budaya pada umumnya yang memiliki selera rendah para penikmatnya, namun lebih mudah diterima secara luas oleh masyarakat. Terminologi ‘budaya populer’ sendiri berkembang pada abad ke-19 atau lebih awal untuk menunjukkan konsep ‘*cultuerdness*’ atau kurang berbudaya, kelas bawah, dan afiliasi kelas bawah. Budaya populer awalnya berkembang di Eropa, lebih banyak diasumsikan dengan budaya yang melekat dengan kelas sosial bawah yang membedakannya dengan budaya tinggi (*high culture*) dari kelas yang elite.²¹

Ada pihak lain, mengatakan bahwa budaya rakyat adalah budaya sosial. Hal tersebut dihasilkan dalam masyarakat-masyarakat tempat pengalaman sosial lebih penting daripada pengalaman pribadi dan biasanya diproduksi dan direproduksi secara komunal. Kondisi-kondisi sosialnya membuat rakyat tersebut mendorong dan meningkatkan rasa solidaritas, dengan cara yang tidak dilakukan oleh kondisi-kondisi sosial kontemporer yang menghasilkan budaya populer kita. Oleh karena itu, penting bagi teoritis budaya untuk menggunakan cara-cara dalam mengupayakan kontradiksi privatisasi budaya populer, tidak dengan menyangkal validitasnya, akan tetapi dengan meningkatkan potensi sosial yang sudah

²⁰ Velda Ardia, “*Drama Korea dan Budaya Populer*”, *Jurnal Komunikasi* 2, No. 3 (Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2014):14

²¹ Henry Subiakto & Rachman Ida, *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 150

dimiliki olehnya dengan memfasilitasi transformasinya dari ranah privat ke ranah publik.

Budaya populer bersikulasi dengan sejumlah cara. Terdapat sirkulasi sumber daya maupun teksnya secara internasional meski biasanya secara nasional tetapi selalu meliputi ragam luas formasi sosial. Budaya populer dibuat ketika sumber daya budaya bertemu dengan kehidupan sehari-hari orang-orang. Hal tersebut dapat terdiri atas hubungan dialogis antara pembaca dan teks industrial ini dan dapat eksis hanya dalam fantasi batin tapi hal tersebut tidak akan tetap berada pada level didalam semua kasus (fantasi batin biasanya akan membutuhkan suatu bentuk sirkulasi sosial).²² Tidak mungkin ada budaya populer yang dominan, karena budaya populer selalu muncul sebagai reaksi terhadap kekuatan dominan dan tidak pernah menjadi bagian dari kekuatan dominan. Hal tersebut tidak berarti bahwa anggota para kelompok sosial yang dominan tidak dapat berpartisipasi. Namun, untuk melakukan hal tersebut mereka harus mereformasikan loyalitas-loyalitasnya dari orang-orang yang memberikan mereka kekuasaan sosial.²³

Dalam pendapat yang lain, yang merupakan salah satu yang mengacu pada analisis politik Antonio Gramsci, seorang Maxis Italia, yang khususnya pada pengembangan konsep hegemoni. Gramsci menggunakan istilah 'hegemoni untuk merujuk pada cara kelompok-kelompok dominan dalam masyarakat melalui proses 'kempemimpinan intelektual dan moral' yang mana berusaha memenangkan persetujuan kelompok-kelompok bawahan dalam masyarakat. Para ahli teori budaya mengambil konsep Gramsci dan menggunakannya untuk menjelaskan sifat dan politik budaya populer. Mereka yang menggunakan pendekatan ini melihat budaya populer sebagai tempat pertarungan antara 'perlawanan' kelompok bawahan dan kekuatan penggabungan yang beroperasi demi kepentingan kelompok dominan. Budaya

²² John Fiske, *Memahami Budaya Populer*, (Yogyakarta: Percetakan Jelasutra, 2011), 202

²³ John Fiske, *Memahami Budaya Populer*, 48

populer dalam penggunaan ini bukanlah budaya yang dipaksakan oleh para ahli teori budaya massa, juga bukan budaya ‘rakyat’ yang muncul dari bawah yang secara spontan berlawanan. Yang mana secara umum, mereka yang melihat budaya populer dari perspektif teori hegemoni cenderung melihatnya sebagai medan pertarungan ideologis antara budaya dominan dan bawahan, budaya dominan dan bawahan. Seperti yang dijelaskan oleh Bennet: “Bidang budaya populer disusun oleh upaya kelas penguasa untuk memenangkan hegemoni dan oleh bentuk-bentuk penentangan terhadap upaya tersebut. Dengan demikian, hal tersebut tidak hanya terdiri dari budaya massa yang dipaksakan yang bertepatan dengan ideology dominan, atau hanya budaya oposisi spontan, tetapi lebih merupakan area negosiasi antara keduanya dimana dalam jenis budaya populer yang berbeda-dominan, subordinat dan nilai-nilai dan elemen budaya dan ideologis yang bertentangan ‘dicampur’ dalam permutasi yang berbeda”.²⁴

Raymond William juga mengemukakan bahwa, kita dapat mengidentifikasi momen-momen berbeda dalam teks atau praktik populer- apa yang disebut ‘dominan’, ‘muncul’, dan ‘residual’ masing-masing menarik teks kearah yang berbeda. Jadi, sebuah teks terdiri dari campuran kotradiktif dari kekuatan budaya yang berbeda. Bagaimana unsur-unsur diartikan sebagian akan bergantung pada keadaan sosial dan kondisi historis produksi dan konsumsi. Hall menggunakan teori William untuk membangun teori membaca posisi: ‘bawahan’, ‘dominan’, dan ‘dinegosiasikan’. David Morley telah memodifikasi model tersebut untuk mempertimbangkan wacana dan subjektivitas yang merupakan interaksi antara wacana teks dan wacana pembaca.²⁵ Sehingga, banyak kesulitan dari ketiadaan yang lain yang selalu mengahntui setiap definisi yang mungkin digunakan. Tidak pernah cukup berbicara tentang budaya populer yang harus selalu mengakui apa yang dikontraskan. Dan mana pun dari

²⁴ John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture*, 10

²⁵ John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture*, 11

budaya populer lainnya yang digunakan budaya massa, budaya tinggi, budaya kelas pekerja, buday arakyat, dan lainnya yang akan membawa perubahan teoritis dan politik tertentu ke dalam definisi budaya populer. Seperti yang ditunjukkan oleh Bennet tidak ada cara tunggal atau “benar” untuk menyelesaikan masalah tersebut dan hanya serangkaian solusi berbeda yang memiliki implikasi dan efek berbeda.²⁶

Konsep-konsep dalam budaya populer meliputi hal-hal berikut ini: pertama, pemahaman tentang perbedaan dan identitas; kedua, bagaimana identitas direpresentasikan; ketiga, bagaimana budaya produksi; keempat, cara hubungan sosial dan hubungan budaya disamakan dengan barang-barang; kelima, bagaimana makna tentang perbudakan diproduksi dalam teks; keenam, bagaimana ideologi beroperasi dalam praktik dan barang kebudayaan.

Terdapat perdebatan tentang budaya populer diantaranya sebagai berikut: Budaya massa dan budaya populer adalah satu hal yang sama, budaya populer merupakan kekuatan dominasi dan kekuatan otonomi masyarakat, perbedaan-perbedaan antara budaya tinggi dan budaya rendah, dan signifikansi keduanya, amerikanisasi budaya massa, kesenangan dalam pengkonsumsian budaya massa, hilangnya identitas melalui budaya populer massa.²⁷

Perdebatan perbedaan opini antara kaum strukturalis dengan kaum kulturalis berkaitan dengan hasil analisis terhadap budaya populer, berikut adalah opininya:

- 1) Produksi dan konsumsi budaya populer disokong oleh struktur-struktur dominasi. Struktur-struktur tersebut dapat dan hendaknya dicari dalam hubungan antara institusi-institusi dan dalam lokasi kekuasaan. Konsumen memiliki kekuasaan yang terbatas.

²⁶ John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture*, 13

²⁷ Graeme Burton, *Media dan Budaya Populer*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), 52

- 2) Budaya populer merupakan tentang bentuk-bentuk perilaku sosial dan tentang bagaimana item-item produksi massa digunakan. Karena itu, jika kita ingin berbicara tentang kekuasaan maka konsumen memang memiliki kontrol yang bertahap terhadap budaya mereka sendiri.
- 3) Asumsi tentang dan pencarian terhadap struktur-struktur secara umum bersifat ilusi karena hubungan antara institusi-institusi begitu rumit dan bergeser sehingga berbagai penjelasan determinis tentang siapa dan bagaimana hanyalah buang-buang waktu saja.
- 4) Hal yang terpenting adalah memerhatikan makna dan hubungan sosial yang diproduksi oleh artifak-artifak tersebut dan perilaku-perilaku budaya populer.²⁸

Dalam produktivitas budaya populer, konsep budaya populer bukan sebagai konsumsi imaji-imaji tetapi sebagai proses produktif, maka objek analitis dan fokus teoritis bergeser dari representasi ke aktivitas semiotik, dari struktur tekstual dan naratif ke praktik-praktik pembacaan. Para teoritis akademis yang berkonsentrasi pada kemampuan teks mampu berkonsentrasi pada kemampuan teks untuk membatasi penggunaan-penggunaan budayanya, lebih menyukai makna-makna tertentu dan melakukan fungsi-fungsi tertentu bukan fungsi-fungsi yang lain. Mereka menganalisa dan menjelaskan hakikat disipliner dan anti populer sumber-sumber daya yang dengannya orang-orang harus berjuang mengontruksi budaya populer. Pendekatan-pendekatan seperti itu sering menilai terlalu tinggi kekuasaan-kekuasaan disipliner dan terlalu merendahkan atau bahkan mengabaikan produktivitas dan kreativitas budaya populer.²⁹

b. Budaya Populer *Korean Pop (K-Pop)*

Perkembangan budaya populer Korean (*Hallyu*) di beberapa Negara Asia Timur dan beberapa Negara Asia

²⁸ Graeme Burton, *Media dan Budaya Populer*, 39

²⁹ John Fiske, *Memahami Budaya Populer*, 162

Tenggara termasuk Indonesia menunjukkan adanya transformasi budaya asing ke negara lain. Berkembangnya budaya pop Korea di Indonesia dibuktikan dengan munculnya “*Asia Fans Club*” (AFC) yang merupakan sebuah blog Indonesia yang berisi tentang berita dunia hiburan korea. Dalam konsepsi budaya, budaya populer yang dibawa Korea berada dalam dimensi yang diwujudkan dalam artefak-artefak budaya seperti lagu, drama, film, musik, program televisi, makanan, dan bahasa. Sedangkan dimensi abstrak yang berupa nilai, norma, kepercayaan, tradisi, makna terkandung secara tidak langsung dalam artefak budaya tersebut. Berdasarkan berbagai aspek positif dari positif budaya *K-Pop* yang ditujukan untuk remaja, terdapat juga aspek negatif seperti remaja Indonesia lebih mencintai budaya asing daripada budayanya sendiri. Karena masuknya budaya *K-Pop*, remaja Indonesia lebih mencintai budaya asing daripada budaya mereka sendiri dan lebih cenderung mempelajari budaya *K-Pop* seperti musik daripada budaya Indonesia itu sendiri. Selain itu, remaja lebih tertarik pada *K-Pop* daripada kegiatan lainnya.³⁰

Dalam hal ini, penggemarlah yang berperan penting dalam menyebarkan budaya populer, khususnya budaya *K-Pop*. Penggemar memberikan keterlibatan aktif, antusias, partisipan dan partisipatif terhadap teks budaya. Penggemar adalah bagian yang paling tampak dari teks dan praktik budaya pop. Sehingga tidak hanya sekedar menikmati media tetapi juga mengidentifikasi diri mereka dengan objek kesenangannya baik berupa produk budaya maupun idolanya. Terkadang fanatisme terhadap *K-Pop* dapat menimbulkan hedonism di kalangan penggemar. Perilaku membeli menjadi semakin kompleks, karena konsumen seringkali membeli produk berdasarkan apa yang mereka inginkan, bukan apa yang mereka butuhkan. Adapun istilah *fandom* atau kelompok penggemar merupakan faktor terpenting dalam hubungan antara

³⁰ Zuhrotul Hilaliyah, “*Fenomena K-Pop sebagai Konsumsi Budaya Populer Kalangan Santriwati di Pondok Pesantren Al-Barokah Yogyakarta*”: 9

penggemar dengan objek fanatismenya, khususnya idol grup *k-pop* dan musik *k-pop*.³¹

Penggemar biasanya tertarik pada detail kecil dari obyek fandom mereka dan menghabiskan sebagian waktu serta energi dan uang mereka untuk mencintai idola mereka. *Fandom* membentuk jaringan terutama di media massa. Penggemar *K-Pop* dapat dikategorikan sebagai penggemar yang memiliki loyalitas tinggi terhadap idolanya. Tidak tanggung-tanggung, setiap konser yang dia adakan di Indonesia maupun di luar negara Indonesia hampir semuanya sukses besar dan tiket terjual dengan sangat cepat meskipun harga tiketnya terbilang tidak murah.³²

c. Budaya Populer Korean Drama (K-Drama)

Adanya *K-Drama* menjadi budaya populer bukan hanya sebagai alat untuk melakukan *marketing product* bagi Korea Selatan, mulai dari budaya, makanan, bahasa, pariwisata, hingga teknologi. Kemajuan Korea dalam hal *Korean wave* yang dimulai melalui *K-Drama* ini tidak terlepas dari peran aktor-aktor seperti pemerintah, media seperti televisi maupun internet, industri produk budaya (drama televisi, musik, film, animasi dan games), industri produk komersial (samsung, LG) serta publik-publik negara lain yang menjadi konsumen dari produk budaya Korea. Perekonomian Korea Selatan dalam memproduksi *K-Drama* memiliki keuntungan bukan terletak dalam produk budaya yang diekspor, namun lebih kepada pemanfaatan popularitas produk Korea sebagai alat promosi suatu produk seperti produk komersial serta pariwisata. Drama seri Korea dijadikan sebagai acuan pembuatan sinetron serta memunculkan keterkaitan budaya populer lainnya, seperti *K-Pop*, *style*, *make up*, tempat makan Korea, tempat kursus bahasa, bahkan toko-toko yang menjual pernak-pernik Korea. Jika dilihat bagaimana *K-Drama* dapat memperoleh keberhasilan dalam penyebaran

³¹ Anisa Nur Andina, "*Hedonisme Berbalut Cinta dalam Musik K-Pop*", *Syntax Idea* 1, No 8, (Universitas Amikom Purwokerto, 2019): 46

³² Anisa Nur Andina, "*Hedonisme Berbalut Cinta dalam Musik K-Pop*": 40

Korean Wave, terdapat beberapa hal seperti, drama Korea hadir di Indonesia semakin merebak luas, *K-Drama* menyajikan sebuah cerita yang mudah diakses, terutama diterima oleh kalangan remaja, serta serial televisi yang menghadirkan budaya korea secara menarik dan dikemas secara modern.³³

d. Budaya Populer *Anime*

Dalam budaya populer Jepang, ada yang bernama *manga* dan *anime*. Salah satunya yaitu *anime*. *Anime* merupakan istilah yang dipakai untuk animasi khas Jepang yang biasanya dicirikan melalui gambar-gambar berwarna-warni yang menampilkan tokoh-tokoh dalam berbagai macam lokasi dan cerita, yang ditujukan pada beragam jenis penonton baik anak-anak hingga dewasa. *Anime* dipengaruhi gaya gambar *manga*, komik khas Jepang.³⁴

Menurut Gilles Poltras, *anime* memiliki dua pengertian, yang pertama adalah kata yang digunakan oleh orang Jepang untuk menyebut film animasi apapun tanpa memperhatikan darimana asal *anime* tersebut. Kedua, penggunaan kata *anime* di luar Jepang adalah film animasi yang berasal dari Jepang, jadi pengertian *anime* terdapat dua pandangan, yaitu pandangan dari orang Jepang dan pandangan dari luar orang Jepang, orang Jepang mengatakan segala jenis film animasi dari seluruh dunia dengan sebutan *anime*, kebalikannya dengan orang luar Jepang mengatakan bahwa *anime* merupakan film animasi yang hanya dibuat oleh Jepang saja. Definisi budaya pop sebagai budaya massa memiliki pengertian budaya yang diproduksi secara massa untuk dikonsumsi masa, *anime* juga berarti dapat dikatakan budaya massa karena dikonsumsi secara massa pula. Budaya populer *anime* dikonsumsi tanpa pertimbangan apakah budaya tersebut

³³Idola Per dini Putri dkk, “*K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia*”. *Jurnal ProTV* 3 No 1 (2019): 74

³⁴Rachmah Perdana, “*Gambaran Kemampuan Metakognitif pada Mahasiswa Penggemar Anime*”, *Jurnal Ecopsy* 5, No 1(Universitas Lambung Mangkurat, 2018): 22

dapat diterima oleh masyarakat atau tidak sehingga budaya populer tersebut dianggap sebagai dunia impian kolektif. Lebih sederhananya budaya populer diartikan sebagai budaya yang banyak disukai orang, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang seperti halnya budaya populer Jepang seperti *manga* maupun *anime*.³⁵

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu usaha peneliti untuk mengetahui analogi dan telaah dari karya terdahulu. Adapun fungsi dari penelitian terdahulu yaitu untuk memperluas dan memperdalam teori yang akan digunakan dalam penganalisisan terhadap penelitian yang akan dilakukan.

Didalam poin ini, peneliti menjabarkan perihal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan analisis penelitian yang berjudul “*Mujahddah An-Nafs terhadap Budaya Populer Korea (Studi di Ponpes An-Nasuchiyyah)*”. Berdasarkan hasil dari pengamatan dan telaah yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa:

Pertama, skripsi yang berjudul “Pengaruh Bimbingan Kelompok Kajian *Mujahadah An-Nafs* terhadap *Self Control* Siswa di MA Nurul Haq Karang Bejelo Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah”. Penelitian tersebut dilakukan oleh Riadatul Jannah pada tahun 2022 yang merupakan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Mataram. Dalam skripsi tersebut, mengetahui bahwa terdapat siswa yang memiliki pemahaman *self control* yang cenderung rendah sehingga sikap dalam bergaul dengan teman-temannya kurang memiliki etika seperti: penggunaan bahasa kotor dan kasar, tidak menghargai teman serta kurangnya kemampuan siswa dalam mengelola emosinya. Jadi, terdapat pengaruh layanan bimbingan kelompok kajian *mujahadah an-nafs* terhadap *self control* siswa pada siswa di MA Nurul Haq Karang Bejelo.

³⁵ Prista Ardi Nugroho & G. Hendrastomo, “*Anime sebagai Budaya Populer (Studi pada Komunitas Anime di Yogyakarta)*”: 5

Kedua, skripsi yang berjudul “Pengaruh *Self-Control*, Empati, dan Faktor Demografis terhadap Perilaku *Cyberbullying* pada Komunitas Penggemar K-Pop”. Penelitian yang dilakukan oleh Shalsabila Ayuningtyas pada tahun 2019 yang merupakan mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari dimensi *self-control*, empati, dan faktor demografis terhadap perilaku *cyberbullying* pada komunitas penggemar *k-pop*. Implikasi dari penelitian ini dapat memberi masukan kepada para penggemar *k-pop* agar dapat bersikap bijak, berpikir terlebih dahulu sebelum melakukan aktivitas dimedia sosial dan merasakan apa yang orang lain rasakan. Perilaku negatif saat melakukan aktivitas dimedia sosial dapat menyebabkan terjadinya perilaku *cyberbullying* yaitu perbuatan tidak menyenangkan yang dilakukan secara sengaja dengan tujuan menyakiti seseorang melalui media elektronik.

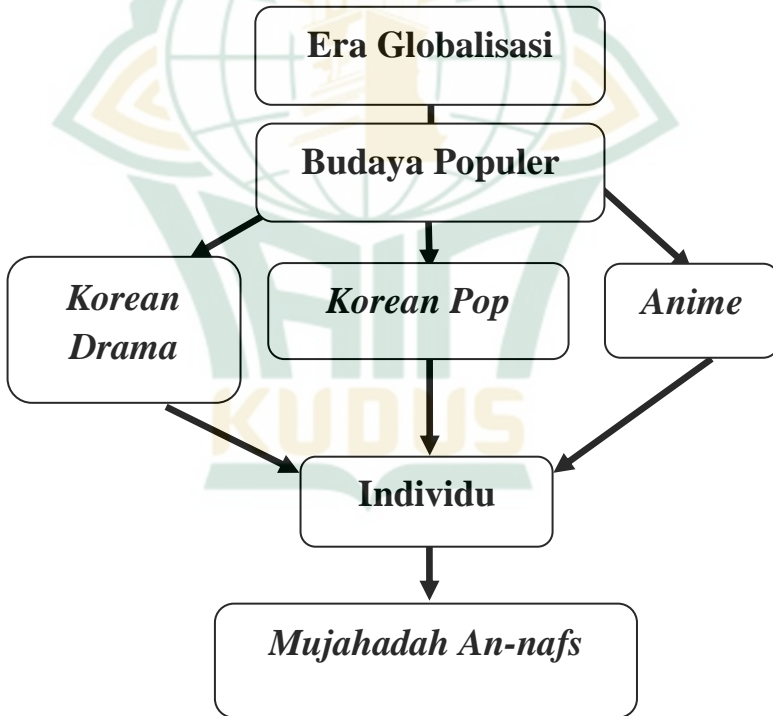
Ketiga, skripsi yang berjudul “Hubungan *Mujahadah An-Nafs* dengan *Fear of Missing out* pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial”. Penelitian yang dilakukan oleh Yossy Rizma Noviana pada tahun 2022 yang merupakan mahasiswa Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara negatif secara bersama-sama antara *mujahadah an-nafs* dengan *Fear of Missing out* pada mahasiswa pengguna media sosial (pada Mahasiswa Bimbingan Konseling Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2018).

Setelah mempelajari berbagai macam karya tulis berupa hasil penelitian yang ada, penulis menyimpulkan bahwa penelitian mengenai “*Mujahadah An-Nafs* terhadap Budaya Populer (Studi di Ponpes An-Nasuchiyah)” benar-benar belum ada yang meneliti sebelumnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah karena dalam penelitian ini menitik fokuskan terhadap *mujahadah an-nafs* terhadap budaya populer di Ponpes An-Nasuchiyah Kudus.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan bentuk transendental perihal bagaimana konsep yang berkaitan pada faktor-faktor yang sudah dikategorikan kedalam permasalahan yang fundamental.³⁶ Ditinjau dari segi fokus penelitian, kerangka berfikir ini difokuskan kepada objek yang para penggemar budaya populer di Pondok Pesantren An-Nasuchiyyah Kudus dalam bermujahadah *an-nafs* berkaitan dengan hal tersebut, maka peneliti akan mengkaji secara mendalam mengenai *mujahadah an-nafs* terhadap budaya populer sehingga bisa memperoleh hasil yang baik, benar, dan lancar.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 388