

# **KOMODIFIKASI SIMBOL KEAGAMAAN**

**(Studi pada Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri Depok)**



**Setyana Budiarti**

**4815131303**

**Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2017**

## ABSTRAK

**Setyana Budiarti.** Komodifikasi Simbol Keagamaan (Studi pada Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri Depok). Skripsi, Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2017.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis proses komersialisasi pada Masjid Kubah Emas yang merujuk pada komodifikasi agama. Selain itu juga membahas bagaimana bentuk-bentuk komodifikasi yang ada pada masjid ini, salah satunya seperti wisata religi. Serta melihat masyarakat beragama Islam sebagai potensi pasar wisata religi Masjid Kubah Emas oleh pihak pengelola. Selanjutnya penelitian ini melihat bagaimana dampak sosial serta ekonomi masyarakat sekitar masjid dan juga pengunjung masjid akan arti dan tujuan dari masjid tersebut. Konsep dan teori yang digunakan pada penelitian ini seperti komodifikasi agama dan *Consumer Ritualized Symbolic Practiced* dalam melihat penyebab dan pendukung dari komodifikasi agama pada Masjid Kubah Emas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data penelitian diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan subjek penelitian pihak pengelola serta para pekerja di Masjid Kubah Emas. Selain itu juga kepada para pengunjung Masjid Kubah Emas. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara, baik yang terstruktur maupun tidak terstruktur. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literature dan pustaka maupun internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

Berdasarkan temuan data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijelaskan adanya komodifikasi pada Masjid Kubah Emas melalui berbagai macam bentuk salah satunya yaitu wisata religi. Hal tersebut masuk kedalam bentuk-bentuk komodifikasi agama yang terjadi pada Masjid Kubah Emas. Komodifikasi tersebut menghasilkan profit yang menguntungkan bagi pihak pengelola salah satunya melalui wisata religi dengan berbagai macam fasilitas berbayar di dalamnya. Serta melihat pilihan rasional oleh masyarakat muslim dalam mengkonsumsi produk keagamaan sebagai salah satu cara mengekspresikan keimanannya.

**Kata Kunci: Wisata Religi, Komodifikasi Agama, Masjid Kubah Emas**

## **ABSTRACT**

**Setyana Budiarti**, *Commodification of Religious Symbols (Case study: Kubah Emas Mosque, Depok). Undergraduate Thesis, Jakarta: Sociology of Education, Faculty of Social Science, State University of Jakarta, 2017.*

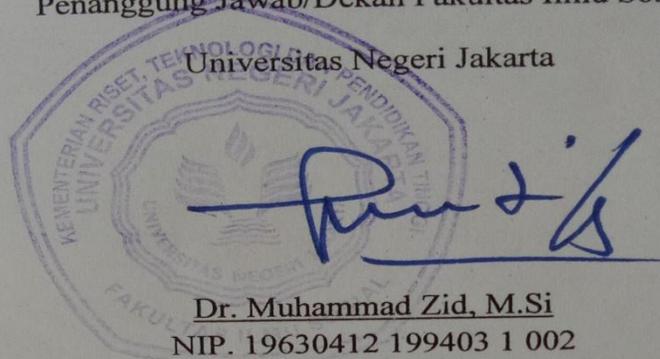
*This study aims to examine and analyze the process of commercialization on Kubah Emas Mosque which refers to commodification of religion. Examine how the form of commodification such as religious tour on this mosque. And also see the Islamic society as a potential market of religious people in Indonesia. This research used a qualitative approach with case study method. The research data obtained through observation, documentation, and depth interview with managements, workers and visitor or tourist of Kubah Emas Mosque. In collecting the data, uses interviews and observation, while secondary data obtained from literature and other source that relating with this research. Based on this research, there are some important findings such as there's religious tour as the form of commodification, moreover those commodification generate profit for the owner and managers of the Mosque. Also see the commodification of Kubah Emas Mosque as the rational choice of Islam Society on consume the religious symbol to express their faith.*

*Keywords: Religious Tour, Kubah Emas Mosque, Commodification of Religion*

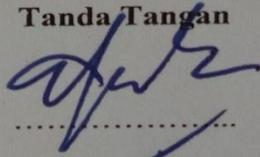
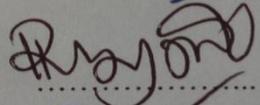
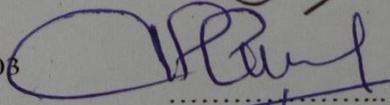
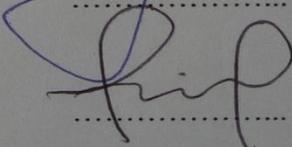
## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



Dr. Muhammad Zid, M.Si  
NIP. 19630412 199403 1 002

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Abdi Rahmat, M.Si</u> NIP. 19730218200604 1 001 Ketua Sidang		19 - 08 - 2017
2.	<u>Rusfadia Saktiyanti, M.Si</u> NIP. 19781001 200801 2 016 Sekretaris Sidang		16 - 08 - 2017
3.	<u>Asep Suryana, M.Si</u> NIP. 19710403 200501 1 008 Penguji Ahli		10 - 08 - 2017
4.	<u>Ubedilah Badrun, M.Si</u> NIP. 19720315 200912 1 001 Dosen Pembimbing I		10 - 08 - 2017
5.	<u>Dra. Rosita Adiani, M.A</u> NIP. 19600813 198703 2 001 Dosen Pembimbing II		10 - 08 - 2017

Tanggal Lulus : 02 Agustus 2017

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Setyana Budiarti

Nim : 4815131303

Judul : **KOMODIFIKASI SIMBOL KEAGAMAAN**

**(Studi Pada Masjid Kubah Emas Dian Al Mahri Depok)**

Menyatakan Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Jakarta, 2 Agustus 2017



Setyana Budiarti

NIM. 4815131303

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Choice, Chance, Change

You must make choice, to take the chance, if you want anything to change.

(Unknown)

*Kupersembahkan skripsi ini sebagai rasa syukur  
kepada Allah SWT, atas segala hal yang telah  
diberikan oleh-Nya.*

*Kepada kedua orangtua ku, Kwat Budi dan Sri,  
kedua orang paling berarti sedunia yang tak  
pernah lelah dan semangat untuk selalu  
mendukung setiap langkah ku.*

*Kepada seluruh teman dan sahabat yang hadir  
dalam hidup ku.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT dan junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang selalu memberikan kelancaran dan keajaiban kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta terimakasih kepada kedua orangtua penulis yang senantiasa mendukung dan memberikan perhatian. Penulis menyadari dalam penyelesaian skripsi ini karena kehendak dan kuasa-Nya. Penulis juga ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada beberapa pihak, dimana selama mengerjakan tugas akhir skripsi ini penulis menyadari dibantu dan didukung oleh banyak pihak, yaitu:

1. Dr. Muhammad Zid, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Negeri Jakarta.
2. Abdi Rahmat, M.Si selaku Ketua Program Pendidikan Sosiologi dan Ketua Sidang terima kasih atas bimbingan dan persetujuan skripsi.
3. Ubedilah Badrun M.Si selaku Dosen Pembimbing I penulis, terima kasih atas arahan, kesabaran dalam membimbing dan dedikasinya selama memberikan pencerahan ilmu, serta saran-saran yang sangat berguna bagi penulis selama masa penulisan skripsi ini
4. Dra. Rosita Adiani, MA selaku Dosen Pembimbing 2 penulis, terima kasih atas arahan dan nasihat dalam membimbing dan dedikasinya selama memberikan pencerahan ilmu yang berguna bagi penulis selama masa penulisan skripsi ini
5. Asep Suryana, M.Si selaku penguji ahli dalam sidang skripsi, terimakasih atas arahan dan nasihatnya dalam melengkapi skripsi ini
6. Rusfadia Saktiyanti, M.Si selaku sekretaris sidang skripsi, terimakasih atas masukan dalam penulisan dan perbaikan skripsi ini
7. Dewi Sartika, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis, terima kasih atas bimbingan dan arahan dari awal perkuliahan hingga semester akhir.

8. Seluruh Dosen pengajar di Jurusan Sosiologi yang telah memberikan semua ilmu, didikan dan pengalaman yang sangat berarti yang telah Bapak dan Ibu dosen berikan kepada penulis
9. Mba Mega dan Mba Tika selaku staff jurusan, terima kasih atas segala informasi yang sangat berguna dan bermanfaat selama masa perkuliahan.
10. Informan terkait, Bapak Karno, Bapak Irwan, Bapak Marjuki, Mba Anisa dan informan pendukung lainnya
11. Luhuring Pam Budi, adik yang paling tidak bisa diungkapkan dengan kata-kata, terimakasih atas dukungan selama ini
12. Andi Kurnia Putra, yang telah memberikan dukungan, waktu dan kesabaran yang tak terhingga
13. Adis, Umi, Dea, Rafika, Zelda, Melisa, Yuni, Mawaddah, Jihan, serta yusi terimakasih telah menjadi teman bermain yang asik dan juga motivasi penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini
14. Raysa Renita yang selalu mendukung penulis ketika sedang sangat lelah dan hilang semangat
15. Pendidikan Sosiologi A 2013 terimakasih telah menjadi kelas yang cukup menyenangkan dengan segala dinamika kehidupan mahasiswa di dalamnya
16. Teman-teman BemJ Sosiologi 2013 yang telah memberikan pengalaman berorganisasi yang berarti

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

Depok, Mei 2017

Setyana Budiarti

## DAFTAR ISI

	Hlm
<b>LEMBAR ORISINALITAS</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR SKEMA</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan Penelitian .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis.....	9
1.6 Kerangka Konseptual.....	22
1.6.1 Masjid Sebagai Simbol Agama .....	22
1.6.2 Konseptualisasi Wisata Religi .....	25
1.6.3 Komodifikasi Agama.....	26
1.6.4 <i>Consumer Ritualized Symbolic Practice</i> .....	28
1.7 Metodologi Penelitian .....	30
1.7.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
1.7.2 Subjek Penelitian .....	31
1.7.3 Peran Peneliti.....	32
1.7.4 Teknik Pengumpulan Data .....	33
1.7.5 Triangulasi Data .....	34
1.8 Sistematika Penulisan .....	36
<b>BAB II KONTEKS SOSIAL MASJID KUBAH EMAS DIAN AL-MAHRI</b>	
2.1 Perkembangan Masjid dalam Pariwisata Indonesia.....	39
2.2 Gambaran Umum Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri .....	42
2.2.1 Profil dan Perkembangan Masjid Kubah Emas .....	42
2.2.2 Profil Organisasi Pengelola Masjid Kubah Emas .....	50
2.2.3 Gambaran Program dan Kegiatan Religi Pada Masjid Kubah Emas.....	53
2.3 Gambaran Umum Masyarakat Sekitar Masjid Kubah Emas .....	55
2.4 Agama Mayoritas dan Afiliasi Keagamaan Masjid Kubah Emas .....	59

<b>BAB III PRODUKSI WISATA RELIGI PADA MASJID KUBAH EMAS DIAN AL-MAHRI DEPOK</b>	
3.1 Bentuk Komodifikasi pada Masjid Kubah Emas .....	62
3.1.1 Bentuk Komodifikasi Masjid Sebagai Wisata Religi .....	63
3.1.2 Bentuk Komodifikasi Masjid Sebagai Venue Acara .....	75
3.2 Masjid Dan Unsur Religi Sebagai Komoditi Utama Wisata Religi.....	79
3.3 Masyarakat beragama Islam sebagai potensi pasar Masjid Kubah Emas dalam Wisata Religi .....	85
<b>BAB IV KOMODIFIKASI MASJID KUBAH EMAS, ANTARA RELIGIUSITAS DAN KAPITALISASI AGAMA</b>	
4.1 Simbol Agama dan Pariwisata .....	93
4.2 Komodifikasi Di balik Fenomena Masjid Kubah Emas .....	98
4.3 <i>CRSP's</i> dalam Memahami Pemaknaan Umat Islam sebagai Konsumen.....	104
4.4 Refleksi Pendidikan dan Sosiologis: Masjid Kubah Emas, Wisata Religi dan Perubahan Sosial Masyarakat Sekitar .....	106
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	109
5.2 Saran .....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>112</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>115</b>
<b>RIWAYAT PENULIS .....</b>	<b>151</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Jumlah dan Prediksi Pertumbuhan Penduduk Berdasarkan Kelompok Agama.....	5
Tabel I.2	: Perbandingan Telaah Pustaka .....	19
Tabel I.3	: Karakteristik Informan .....	31
Tabel II.1	: Kegiatan Rutin Masjid Kubah Emas .....	54
Tabel II.2	: Jumlah Penduduk Depok Berdasarkan Agama .....	60
Tabel III.1	: Pendapatan Biaya Parkir Masjid .....	73
Tabel III.2	: Daftar Agenda Acara di Masjid Kubah Emas .....	79
Tabel IV.1	: Perpaduan Unsur Masjid sebagai Wisata Religi .....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 : Masjid Kubah Emas .....	45
Gambar II.2 : Lampu Bagian Dalam Masjid.....	46
Gambar II.3 : Pelataran di Dalam Masjid .....	47
Gambar II.4 : Penitipan Sandal/Sepatu Masjid.....	48
Gambar II.5 : Halaman Luar dan Taman Masjid .....	48
Gambar II.6 : Rumah Pemilik Masjid.....	50
Gambar II.7 : Peta Lokasi Kelurahan Meruyung .....	55
Gambar III.1 : Kantin dan Toko Souvenir Masjid Kubah Emas .....	66
Gambar III.2 : Pegawai Kantin Masjid Kubah Emas .....	67
Gambar III.3 : Hasil Cetak Foto Kubah Emas Fotografi .....	68
Gambar III.4 : Penjual Makanan dan Minuman di Aula GSG Masjid .....	70
Gambar III.5 : Tiket Masuk Kendaraan Roda dua.....	72
Gambar III.6 : Promosi Masjid Kubah Emas sebagai Wisata Religi pada Situs PEMKOT Depok .....	74
Gambar III.7 : Plang Petunjuk Jalan Masjid Kubah Emas .....	75
Gambar III.8 : Salah Satu Villa Masjid Kubah Emas .....	77
Gambar III.9 : Nama Villa Masjid Kubah Emas pada Google Maps .....	78
Gambar III.10: Kubah Masjid Berlapis Emas 24 Karat.....	80
Gambar III.11: Pengunjung Masjid Kubah Emas.....	87

## **DAFTAR SKEMA**

Skema I.1	: Kerangka Kerja Penelitian .....	35
Skema II.1	: Struktur Kepengurusan Masjid Kubah Emas .....	51
Skema III.1	: Hubungan Potensi Pasar Umat Beragama dengan Masjid Kubah Emas sebagai Wisata Religi .....	89
Skema IV.1	: Masjid Kubah Emas Antara Simbol Agama yang Religius dan Pariwisata .....	96
Skema IV.2	: Produksi Komodifikasi Masjid Kubah Emas sebagai Wisata Religi .....	101

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Masjid merupakan tempat beribadah sekaligus menjadi salah satu simbol dari keberadaan umat muslim. Meminjam pengertian dari Martin Frishman dalam buku *Masjid-masjid Bersejarah di Jakarta*, bahwa masjid sebagai suatu bangunan berfungsi sebagai rumah ibadah dan simbol agama Islam.<sup>1</sup> Sebagai tempat ibadah sekaligus simbol bagi agama Islam, masjid dinilai sebagai tempat yang suci dan religius bagi umat Islam itu sendiri. Begitu juga dengan masjid lainnya yang berada di Indonesia.

Jumlah masjid di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, jumlahnya terbilang cukup banyak. Hal tersebut bukan tanpa alasan, melainkan karena agama mayoritas penduduk di Indonesia adalah Islam. Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam (Ditjen Bimas) Kementerian Agama (Kemenag) melansir, jumlah masjid dan mushola yang terdaftar di Kemenag berjumlah sekitar 700 ribu bangunan.<sup>2</sup> Masjid-masjid tersebut tersebar dari Indonesia bagian Barat hingga ke Timur. Meskipun konsentrasi terbanyak masjid terdapat di Pulau Jawa, lebih tepatnya Jawa Barat.

---

<sup>1</sup> Kartum Setiawan, *Masjid-masjid Bersejarah di Jakarta*, Jakarta: Erlangga, 2010, hlm. 11.

<sup>2</sup> Ichsan Syalabi, "DMI Bentuk Tim Survei Masjid", dalam *Epaper Republika* diakses dari <http://www.republika.co.id/berita/koran/khazanahkoran/14/10/01/ncrd0i33876-dmi-bentuk-tim-survei-masjid> pada tanggal 19 Maret 2017 pukul 16.55 WIB

Terdapat begitu banyak masjid di Jawa Barat, hal tersebut sebanding dengan Jawa Barat sebagai provinsi dengan jumlah penduduk terpadat di Indonesia. Menurut data Kemenag, terdapat 147.378 masjid yang berada di provinsi ini.<sup>3</sup> Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa masjid merupakan simbol agama yang dibutuhkan bagi umat Islam, baik di Indonesia maupun di provinsi Jawa Barat dengan jumlah penduduk yang cukup padat. Bagi umat muslim, kehadiran masjid sangatlah dibutuhkan sebagai tempat ibadah.

Terbukti dengan jumlah masjid yang cukup banyak dan mudah ditemui terlebih untuk Indonesia bagian barat. Hal tersebut memudahkan penduduk untuk melaksanakan ibadah ke masjid terdekat dari tempat dimana ia berada. Namun, dengan perkembangan zaman dan keunikan masjid-masjid yang ada mampu membuat umat Islam untuk pergi ke masjid tersebut meskipun terpaut jarak yang cukup jauh. Kini, Masjid bukan hanya untuk beribadah, melainkan juga untuk beragam kegiatan lainnya.

Masjid kini dalam perjalanannya, digunakan untuk banyak hal salah satunya menjadi suatu destinasi wisata yang diminati banyak orang. Masjid sebagai suatu destinasi wisata ini termasuk ke dalam wisata religi. Tren wisata religi kini tengah marak digandrungi dan salah satunya mengandalkan masjid sebagai destinasi wisatanya. Meskipun banyak terdapat masjid di Indonesia, namun tidak semua masjid

---

<sup>3</sup> Ichsan Syalabi, "DMI Bentuk Tim Survei Masjid", dalam *Epaper Republika* diakses dari <http://www.republika.co.id/berita/koran/khazanahkoran/14/10/01/ncrd0i33-dmi-bentuk-tim-survei-masjid> pada tanggal 19 Maret 2017 pukul 16.55 WIB

menjadi tujuan wisata religi dan mampu menarik minat umat untuk datang meskipun terpaut jarak yang cukup jauh.

Salah satunya adalah fenomena Masjid Kubah Emas di Depok yang diminati banyak orang dari awal peresmian dan dibuka untuk umum pada tahun 2006. Dari awal pembukaannya, masjid tersebut selalu dipadati pengunjung, terlebih pada saat libur dan hari raya keagamaan. Pada libur tahun baru 2017 masjid ini mencapai lebih dari 5000 pengunjung.<sup>4</sup> Animo masyarakat akan masjid ini bukan tanpa beralasan melainkan karena kemegahan dan keunikan serta fasilitas yang diberikan dari masjid ini. Sebagai suatu destinasi wisata religi yang dipadati pengunjung tentunya membuat pihak pengelola masjid memberikan berbagai macam fasilitas di dalamnya.

Berbagai macam fasilitas tersebut seperti area parkir, toilet umum, toko souvenir, kantin dan beragam fasilitas pendukung lainnya untuk masjid kubah emas ini. Fasilitas tersebut tumbuh seiring dengan tercapainya masjid ini sebagai destinasi wisata religi. Hal tersebut tentunya membuat masjid selaku simbol keagamaan ini masuk ke dalam industri pariwisata. Terlebih seperti yang dikemukakan oleh Arif Yahya selaku Menteri Pariwisata RI bahwa "*Indonesia memiliki potensi pariwisata berbasis religi yang sangat lengkap dan diakui dunia*". Kementerian Pariwisata RI juga telah melakukan berbagai langkah untuk mendorong kegiatan wisata religi agar

---

<sup>4</sup> Hari Wiro, "Masjid Kubah Emas Dipadati Ribuan Pengunjung", dalam *Berita Satu* atau <http://www.beritasatu.com/aktualitas/407460-masjid-kubah-emas-dipadati-ribuan-pengunjung>, 2017.

lebih berkembang.<sup>5</sup> Begitu juga dengan Masjid Kubah Emas ini yang terletak di Kelurahan Meruyung, Depok memberikan angin segar bagi industri pariwisata daerah tersebut.

Wisata religi tentunya memberikan profit tersendiri bagi industri pariwisata Indonesia. Baik untuk pihak pemerintah maupun pengelola wisata religi yang bersangkutan. Bagi para pelakon industri pariwisata, kehadiran simbol keagamaan sebagai wisata religi ini telah menjadikan ruang baru untuk mendongkrak pariwisata serta meraup keuntungan. Oleh karena itu, seperti halnya fenomena Masjid Kubah Emas ini yang merupakan wisata religi tentunya menciptakan berbagai macam fasilitas untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung yang datang.

Selain memberikan profit tersendiri bagi para pelakon di balik wisata religi Masjid Kubah Emas tersebut juga memberikan dampak bagi lingkungan fisik dan sosial masyarakat sekitar Masjid Kubah Emas. Kondisi lingkungan yang tidak terlalu aktif dan ramai pun lambat laun ikut berubah dengan adanya Masjid Kubah Emas selaku wisata religi yang mampu mendatangkan pengunjung baik dari dalam maupun luar kota. Selain itu juga dengan fungsi dari masjid-masjid lainnya yang berada di sekitar setelah adanya masjid Kubah Emas sebagai destinasi wisata religi ini.

Masjid Kubah Emas sebagai wisata religi sangat dipengaruhi oleh dominasi pasar. Potensi pasar di sini adalah potensi jumlah umat beragama baik yang ada di

---

<sup>5</sup> Press Release Wisata Religi, 2016 dalam Kemenpar.go.id

Indonesia maupun dunia sebagai pengunjung dari masjid tersebut. Wisata religi harus mampu melihat kecendrungan pasar dalam menciptakan suatu destinasi wisata religi. Potensi pasar umat beragama di Indonesia sendiri di ungguli oleh umat Islam. Hal tersebut dikarenakan mayoritas jumlah penduduk di Indonesia adalah Islam. Begitu juga dengan potensi umat Islam di dunia yang kian naik dari sebelumnya.

Menurut *Pew Research Centre*, bahwa jumlah penduduk muslim pada tahun 2010 sekitar 1,6 milyar atau 23% dari jumlah penduduk dunia. Jumlah penduduk tersebut merupakan urutan kedua setelah umat Kristiani sekitar 2,2 milyar atau 31% penduduk dunia.<sup>6</sup> Berikut adalah tabel pertumbuhan penduduk muslim di dunia sebagai acuan potensi pasar umat beragama dunia dalam hal pariwisata religi.

**Tabel. I.1**  
**Jumlah dan Prediksi Pertumbuhan Penduduk Berdasarkan Kelompok Agama Mayoritas Dunia Tahun 2010-2050**

<b>Size and Projected Growth of Major Religious Groups</b>					
	2010 POPULATION	% OF WORLD POPULATION IN 2010	PROJECTED 2050 POPULATION	% OF WORLD POPULATION IN 2050	POPULATION GROWTH 2010-2050
Christians	2,168,330,000	31.4%	2,918,070,000	31.4%	749,740,000
Muslims	1,599,700,000	23.2	2,761,480,000	29.7	1,161,780,000
Unaffiliated	1,131,150,000	16.4	1,230,340,000	13.2	99,190,000
Hindus	1,032,210,000	15.0	1,384,360,000	14.9	352,140,000
Buddhists	487,760,000	7.1	486,270,000	5.2	-1,490,000
Folk Religions	404,690,000	5.9	449,140,000	4.8	44,450,000
Other Religions	58,150,000	0.8	61,450,000	0.7	3,300,000
Jews	13,860,000	0.2	16,090,000	0.2	2,230,000
<b>World total</b>	<b>6,895,850,000</b>	<b>100.0</b>	<b>9,307,190,000</b>	<b>100.0</b>	<b>2,411,340,000</b>

Source: The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050  
PEW RESEARCH CENTER

Sumber: Pew Research Centre dalam *World Affairs Journal*, 2015

Dilihat dari tabel tersebut, wisata religi bertajuk Islam seperti Masjid Kubah Emas ini dapat menjadi prospek yang menguntungkan. Bukan hanya potensi pasar umat di Indonesia tetapi juga dunia. Pertumbuhan jumlah penduduk beragama Islam

<sup>6</sup> Tim Kemenpar, "World Affairs Journal, 2015" dalam *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah Kementerian Pariwisata Indonesia*, 2015, Kemenpar: Jakarta, hlm. 3.

di dunia tersebut tentunya juga akan berdampak kepada Indonesia. Terlebih dalam beberapa tahun kedepan hingga ke 2050.

Fenomena Masjid Kubah Emas dengan kemegahan dan keunikannya, serta animo masyarakat yang membuatnya dipadati banyak pengunjung hingga menjadi suatu destinasi wisata religi membuat masjid ini terkomodifikasi. Komodifikasi ini tentunya secara sadar maupun tidak dilakukan oleh para pelakon dibalik wisata religi tersebut dengan mengandalkan simbol agama sebagai destinasi wisata. Komodifikasi ini berangkat dari berkembangnya fungsi sosial masjid dan menjadi destinasi wisata. Sehingga Masjid Kubah Emas ini pun tidak dapat dikunjungi dengan leluasa dan terikat dengan beragam peraturan.

Komodifikasi ini dilakukan untuk mendapatkan keuntungan di balik embel-embel nama wisata religi. Di tengah persaingan yang ketat akan industri pariwisata, Masjid Kubah Emas juga dituntut harus tetap bisa memenuhi kebutuhan rohani dan makna sesungguhnya dari masjid selaku simbol keagamaan itu sendiri. Seperti menyiarkan nilai-nilai keagamaan dan memaknainya sebagai tempat yang suci sekaligus sakral bagi umat Islam.

Namun, dengan masuknya Masjid Kubah Emas kedalam wisata religi ini apakah tetap dapat memegang nilai-nilai religius serta fungsi dan makna sesungguhnya dari masjid tersebut atau berubah seiring dengan komodifikasi yang terjadi dalam masjid tersebut. Hingga terkomodifikasi hanya mencari keuntungan.

Berkaitan dengan hal tersebut maka fokus penelitian ini adalah bagaimana proses komodifikasi pada Masjid Kubah Emas selaku simbol keagamaan dan juga bagaimana persepsi terhadap Masjid Kubah Emas oleh para pengunjung dan masyarakat sekitar.

## **1.2 Permasalahan Penelitian**

Masjid salah satu fungsinya adalah sebagai tempat ibadah umat Islam sekaligus di dalamnya terdapat sosialisasi pendidikan dan nilai-nilai religius. Bila di cermati, maka Masjid Kubah Emas bila dipandang dari fungsinya secara manifest adalah untuk menjalankan ibadah dan pemenuhan kebutuhan nilai kebutuhan religius bagi masyarakat dan wisatawan yang datang. Sementara bila dilihat dari sisi industri pariwisata, hanyalah sekedar pemanfaatan ‘simbol keagamaan’ untuk memenuhi kebutuhan *financial* pihak-pihak di balik industri dan pengelolaan Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri. Dengan mengambil target pasar umat beragama Islam yang cukup besar di Indonesia.

Tetapi tidak dapat dipungkiri, pariwisata pada Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri yang membuatnya mengalami komodifikasi agama. Komodifikasi adalah proses transformasi barang dan jasa yang semula dinilai karena nilai gunanya (misalnya, nilai guna masjid untuk tempat ibadah umat muslim), menjadi komoditas yang bernilai karena ia bisa mendatangkan keuntungan di pasar setelah dikemas dan disajikan dengan menarik sesuai kebutuhan pasar. Dengan cara mengkomersilkan suatu produk atau budaya untuk dapat terkomodifikasi secara baik dan menghasilkan

keuntungan bagi para pemilik modal atau kaum-kaum kapitalis. Kemudian seperti yang dikatakan oleh Mosco, Komodifikasi adalah proses perubahan nilai guna menjadi nilai tukar.<sup>7</sup>

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, serta agar pembahasan penelitian ini lebih terarah kepada permasalahan yang dituju, maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah bentuk komodifikasi yang terjadi pada Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri?
2. Bagaimanakah proses komodifikasi simbol keagamaan pada Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri Depok?
3. Apa saja dampak dari komodifikasi Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri terhadap perubahan sosial masyarakat sekitar?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan utama penelitian ini adalah menjawab pertanyaan penelitian tersebut, yaitu menjelaskan secara mendalam bagaimana proses komodifikasi yang terjadi dalam Masjid Dian Al-Mahri. Selain itu juga menjelaskan tentang bentuk komodifikasi yang terjadi serta dampak dari komodifikasi pada Masjid Dian Al-Mahri alias Kubah Emas, Depok.

---

<sup>7</sup> Vincent Mosco, *Commodification is the Process of Transforming use Values into Exchange Values*, 1996, dalam Idi Subandi Ibrahim dan Bachruddin Ali Ahmad, *Komunikasi dan Komodifikasi*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2009, hlm. 18.

Sedangkan, tujuan penelitian ini secara akademis yaitu, untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap dunia ilmu pengetahuan atau akademis. Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan mengenai faktor apa saja yang mendorong terjadinya komodifikasi agama. Lebih lanjut penelitian ini diharapkan mampu melengkapi studi-studi mengenai sosiologi agama dan kaitannya dengan kapitalisme.

Selain itu dengan adanya penelitian ini juga memiliki segi praktis yaitu diharapkan seluruh tahapan hingga hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan memberikan informasi tentang fenomena komodifikasi agama. Selain itu, bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil ini, peneliti berharap dapat diterima sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

#### **1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis**

Tinjauan penelitian sejenis ini peneliti menggunakan beberapa pustaka berisikan hasil penelitian yang dianggap relevan dan dapat membantu proses penelitian ini. Khususnya yang berkaitan dengan tema penelitian mengenai komodifikasi agama. Di bawah ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai tinjauan penelitian sejenis. Pertama, terdapat jurnal dari Siti

Komariyah yang berjudul *Komodifikasi Makam dalam Perspektif Sosial Ekonomi*<sup>8</sup>. Fokus utama jurnal ini adalah melihat bagaimana proses komodifikasi pada Makam Sunan Kalijaga melalui pariwisata dan perubahan pola hidup serta mata pencaharian masyarakat sekitar makam. Jurnal ini juga melihat bagaimana perkembangan pariwisata baru-baru ini melaju dengan pesat yang berpengaruh pada tingginya jumlah pengunjung dalam mengunjungi Makam Sunan Kalijaga. Ketika jumlah pengunjung semakin tinggi dapat memicu terjadinya perubahan sosial, seperti perubahan fisik suatu lokasi wisata, perubahan mata pencaharian sampai dengan perubahan pola perilaku masyarakat.

Majunya pariwisata juga dipengaruhi oleh kapitalisme yang merajai berbagai aspek kehidupan. Kapitalisme secara natural mengubah komoditas-komoditas baru, dari yang tidak komersil menjadi sesuatu hal yang komersil dan dapat di perjualbelikan untuk mendapat keuntungan. Begitu juga dengan Makam yang tidak luput dari komodifikasi oleh tangan-tangan kapitalis. Teori yang mendasari penelitian jurnal ini adalah teori perubahan sosial.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Komariyah menunjukkan bahwa: pertama proses komodifikasi yang terjadi pada Makam Sunan Kalijaga Demak telah terjadi semenjak tahun 1970. Komodifikasi terjadi tanpa disadari oleh masyarakat sehingga komodifikasi berkembang sebagai konstruksi budaya baru. Bermula dari aktivitas berdagang yang berjumlah tiga sampai lima orang yang kemudian berkembang hingga mencapai 120 kios. Kedua, komodifikasi dianggap sebagai hal yang wajar dengan berbagai alasan salah satunya adalah adanya anggapan bahwa mendirikan usaha disekitar makam tujuannya mengais rejeki, dan mencari rejeki merupakan salah satu perintah Tuhan. Sehingga sebagian besar masyarakat menganggap bahwa komodifikasi merupakan hal yang legal. Meskipun terdapat

---

<sup>8</sup> Siti Komariyah, "Komodifikasi Makam dalam Perspektif Sosial Ekonomi", *Jurnal Solidarity* Vol, 1, No, 2, Universitas Negeri Semarang, 2008.

juga sebagian orang yang kurang setuju dengan keberadaan para penjual di sekitar makam. Ketiga, bentuk-bentuk komodifikasi pada Makam Sunan Kalijaga ini seperti: pedagang baju dan souvenir, penyedia jasa kamar mandi, wudhu dan parkir, pedagang oleh-oleh khas, jasa pemimpin doa, dan penginapan. Dan yang ke empat, komodifikasi makam membawa berbagai dampak, seperti dampak perubahan sosial-ekonomi. Perubahan sosial pada yang terjadi pada masyarakat sekitar makam terlihat dari meningkatnya kualitas ekonomi dari para pemilik usaha di sekitar makam, hal tersebut teridentifikasi dari toko dan kios yang semakin bagus dan banyaknya masyarakat sekitar yang melaksanakan umrah dan haji.<sup>9</sup>

Argumen peneliti Siti Komariyah yaitu melihat praktek komodifikasi terhadap Makam Sunan Kalijaga yang dilakukan oleh masyarakat sekitar makam melalui pariwisata dan dikemas menjadi wisata religi. Hasil penelitian ini menunjukkan perubahan sosial-ekonomi yang terjadi melalui komodifikasi Makam Sunan Kalijaga terhadap masyarakat sekitar makam. Selain itu, Siti Komariyah selaku peneliti menyebutkan bahwa komodifikasi ini memberikan dampak yang positif bagi masyarakat karena meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar yang menggantungkan hidupnya melalui Makam Sunan Kalijaga ini. Meskipun sejatinya makna dari Makam tersebut berubah pula, namun peneliti jurnal ini tidak terlalu memperhatikan hal tersebut dan hanya terfokus pada perubahan sosial-ekonomi yang terjadi pada masyarakat sekitar makam.

Kedua, Tesis dari Irsyan Basri yang berjudul *Komodifikasi Ritual Duata Pada Etnik Bajo di Kabupaten Wakatobi*<sup>10</sup>. Tesis ini membicarakan mengenai *Ritual Duata Etnik Bajo* yang tak luput dari komodifikasi melalui pariwisata daerah. Serta dampak negatif berupa kaburnya makna dan identitas budaya dari *Ritual Duata* pada Etnik

---

<sup>9</sup> *Ibid*, hlm 8.

<sup>10</sup> Irsyan Basri, *Komodifikasi Ritual Duata pada Etnik Bajo di Kabupaten Wakatobi Prov. Sulawesi Tenggara*, Tesis, Universitas Udayana, 2014.

Bajo tersebut. Untuk menganalisis hasil ini, peneliti Irsyan Basri menggunakan teori semiotik dan juga analisis wacana kritis dari Fairclough, yang tidak jauh berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Teori semiotik ini melihat Ritual Duata sebagai suatu sistem tanda yang merupakan suatu wujud kebudayaan dalam Etnik Bajo yang sarat akan simbol-simbol. Teori semiotika ini mengungkapkan makna-makna yang terkandung pada ritual duata yang memiliki sarat pesan-pesan untuk generasi penerus. Tentunya pesan-pesan tersebut merupakan pesan untuk menjaga kearifan leluhur. Sedangkan teori wacana Foucault mengungkap faktor-faktor penyebab terjadinya komodifikasi ritual dan strategi pewarisan ritual duata pada etnik Bajo, serta melihat bagaimana pergeseran sosial budaya pada etnik Bajo akan ritual Duata.

Komodifikasi membuat Ritual Duata diproduksi untuk kebutuhan pasar, atau dalam konteks penelitian ini adalah untuk pariwisata di Wakatobi. Ritual Duata yang hanya dilakukan ketika ada anggota masyarakat yang sakit, kini dilakukan kapanpun untuk kepentingan pariwisata. Selain masyarakat Etnik Bajo itu sendiri, komodifikasi ini juga didukung oleh Pemerintah setempat. Pariwisata lagi-lagi menjadi suatu penunjang dan pendongkrak perekonomian daerah. Hal tersebut yang membuat pemerintah ikut mendukung komodifikasi pada Ritual Duata Etnik Bajo ini. Seperti hasil mengenai kaburnya identitas budaya yang diungkapkan dalam tesis ini yaitu:

Ritual Duata merupakan warisan leluhur Etnik Bajo mempunyai peranan yang penting dalam kehidupan masyarakat pendukungnya. Sebagai ritual pengobatan, tentunya masyarakat Bajo masih meyakini sakralitas ritual duata, sehingga nilai ritual tersebut tetap dijaga

kelestariannya. Sebagai masyarakat yang masih mengonsumsi ritual tersebut tidak menginginkan adanya pengaruh dari luar maupun dalam yang mengancam bahkan memusnahkan ritual tersebut dengan berbagai alasan demi tuntutan pemikiran manusia modern yang maju dan berpikir rasional. Paham lama yang menginginkan akan keaslian ritual tersebut jangan dikomersilkan karena akan memecahkan tatanan sosial dan keharmonisan masyarakat Bajo, yang menyebabkan penurunan kekuatan yang terkandung dalam Ritual Duata. Pandangan tersebut bertolak belakang dengan pemikiran baru masyarakat Etnik Bajo yang berharap akan perubahan sakralitas kearah profane sebagai tindakan penyelamatan ritual duata dengan alasan tuntutan pembangunan sekarang yang menginginkan penggalan potensi sumber daya yang berasal dari tradisi lokal untuk bisa dikembangkan kearah industry budaya kreatif.<sup>11</sup>

Selain itu, tesis ini menunjukkan adanya dampak negatif dari komodifikasi ini. Yaitu kaburnya identitas budaya dari Ritual Duata itu sendiri. Hasil tersebut menunjukkan kaburnya identitas kebudayaan terjadi karena tuntutan perkembangan zaman dan pemikiran rasionalitas masyarakat modern. Sehingga *Ritual Duata* pada Etnik Bajo ini pun tak luput dari komodifikasi dan komersialisasi yang dilakukan oleh masyarakat Etnik Bajo itu sendiri. Meskipun tesis ini bukan mengenai agama, namun tetap dijadikan sebagai penelitian sejenis. Karena Ritual Duata juga merupakan salah satu unsure kebudayaan, sama halnya dengan agama atau religi.

Ketiga, penelitian dari Dhyah Ayu Retno Widiastuti dalam jurnal Komunikasi, Vol.1 No.2, Januari 2011 dengan judul *Komodifikasi Upacara Religi Dalam Pemasaran Pariwisata*.<sup>12</sup> Konteks sosial dalam penelitian ini yaitu dimana pariwisata menjadi sumber daya baru bagi masyarakat lokal yang memiliki kekayaan daerahnya, baik berupa alam maupun budaya. Dalam jurnal ini ditulis bahwa industri pariwisata menjadi salah satu cara bagi pemerintah daerah untuk mendapatkan

---

<sup>11</sup> *Ibid*, hlm 170.

<sup>12</sup> Dhyah Ayu Retno Widiastuti, "Komodifikasi Upacara Religi Dalam Pemasaran Pariwisata", *Jurnal Komunikasi ASPIKOM Vol, 1 No, 2*, Januari, 2011.

pendapatan daerahnya, terlebih setelah diberlakukan otonomi daerah maka tiap-tiap daerah memiliki wewenang untuk secara kreatif mengembangkan pariwisata daerahnya. Hampir setiap daerah mendorong pariwisata dan kekayaan lokal yang dimilikinya. Seperti dalam penelitian ini yang mengambil lokasi di Candi Ceto, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah.

Permasalahan pada penelitian ini adalah fenomena yang menonjol sebagai daya tarik bagi para wisatawan, yaitu upacara Saraswati (*Upacara Religi*). Upacara saraswati merupakan upacara religi yang bersifat sakral yang selanjutnya dikemas sebagai suatu atraksi wisata. Kebijakan program pemerintah daerah kurang memperhatikan tanggap terhadap kondisi masyarakat lokal. Upacara saraswati tersebut dikomodifikasi agar sesuai dengan kebutuhan pariwisata sehingga dapat dijual kepada wisatawan serta hanyut dalam dekapan dominasi dan hegemoni kaum kapitalis. Penelitian jurnal ini menggunakan Teori Kritis dalam melihat industri budaya yang ada serta perspektif politik ekonomi dan metode pendekatan kualitatif.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan Dyah menunjukkan bahwa:

Dalam perayaan upacara religi yang terpenting bukanlah kemeriahan dalam peringatan semata, tetapi lebih pada aktualisasi nilai-nilai yang telah diajarkan dan menjadi tuntunan bagi kehidupan manusia. Namun, kebijakan pariwisata dan menjadikannya upacara religi sebagai salah satu pariwisata telah membawa implikasi luas kepada kegiatan kepariwisataan itu sendiri, maupun pengelolaan bagi lingkungan alam, sosial dan budaya sebagai sumber daya yang menjadi andalan utama dalam pariwisata, bahkan implikasi pada kehidupan masyarakat melalui komodifikasi upacara religi yang merupakan salah satu kegiatan yang sakral yang ada pada kompleks pariwisata. Upacara religi Saraswati dikemas sebagai komoditas pariwisata melalui bentuk kegiatan atraksi wisata yang merupakan komponen utama dalam pemasaran pariwisata. Dalam pendekatan teori kritis, perspektif politik ekonomi

dapat dicirikan dengan adanya dominasi ideologi yaitu penguasaan suatu sistem oleh struktur berkuasa dimana suatu kebijakan membelenggu di luar kesadaran masyarakat.<sup>13</sup>

Dyah dalam penelitian ini berargumen yaitu masyarakat seolah merasakan perubahan kehidupan dari kebijakan yang ada, tetapi dalam kehidupan sesungguhnya kebijakan yang dilakukan merupakan suatu bentuk industri pariwisata yang memainkan peran dan bertindak sebagai instrumen kapitalis. Kesadaran yang ada di masyarakat adalah kesadaran palsu, dimana industri pariwisata tersebut lebih melihat dan mementingkan *cost benefit* dan hal mana yang lebih menguntungkan bagi kaum-kaum penguasa kapitalis.

Keempat, penelitian dari Anak Agung GD Raka yang merupakan Tesis tahun 2015 pada Universitas Udayana dengan judul *Komodifikasi Warisan Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Pura Penataran Sasih Pejeng Gianyar*.<sup>14</sup> Tesis ini ingin melihat bagaimana bentuk komodifikasi warisan budaya sebagai daya tarik bagi para wisatawan, serta proses dan dampak yang ada dari komodifikasi tersebut. Tesis ini menggunakan konsep komodifikasi Mosco, teori hegemoni, dan teori kekuasaan dan pengetahuan. Komodifikasi yang dibahas pada tesis ini pun berhubungan dengan pasar dan industri pariwisata yang menjadikan warisan budaya sebagai suatu komoditi yang diasosiasikan dengan kapitalisme. Teori Hegemoni dari Gramsci, digunakan untuk menganalisis bagaimana proses komodifikasi yang terjadi dari kaum

---

<sup>13</sup> *Ibid*, hlm, 13.

<sup>14</sup> Anak Agung Gede Raka, *Komodifikasi Warisan Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Pura Penataran Sasih Pejeng Gianyar*, Tesis, Universitas Udayana, 2015

penguasa untuk mempengaruhi kelas bawahnya sehingga sepakat untuk mengikuti kehendak tanpa ada resistensi.

Menurut hasil temuan Anak Agung menunjukkan bahwa:

Yang menjadi dasar penelitian ini yaitu komodifikasi simbol budaya yang masuk kedalam industry pariwisata. Bagaimana Pura Penataran Sasih Pejeng yang berada di Gianyar Bali ini menjadi suatu komoditi dan memberikan keuntungan (*cost benefit*) bagi industry pariwisata. Meskipun menghilangkan makna dan arti dari warisan budaya tersebut. Di mulai dari bentuk-bentuk komodifikasi seperti Pura Penataran yang menjadi daya tarik wisata, serta dampak dan makna dari komodifikasi tersebut terhadap masyarakat.<sup>15</sup>

Komodifikasi Pura Penataran Pejeng ini dilakukan sebagai daya tarik bagi para wisatawan di Gianyar Bali. Komodifikasi ini berlangsung layaknya sebuah produksi dan didistribusikan agar dapat dikonsumsi oleh konsumen. Proses tersebut dilakukan oleh pemerintah, lembaga bisnis, kaum intelektual, dan lembaga desa adat. Komodifikasi ini memberikan dampak tersendiri baik secara ekonomi, sosial dan politik terhadap masyarakat sekitar dan juga masyarakat luar daerah yang menjadi wisatawan.

Kelima, Tesis Isna Sikawati yang berjudul *Komodifikasi Nilai-nilai Agama dalam Sinetron* pada tahun 2006 di Universitas Indonesia.<sup>16</sup> Tesis ini membicarakan mengenai komodifikasi yang terjadi pada media massa yaitu televisi. Fokus penelitian pada tesis ini yaitu komodifikasi nilai-nilai agama yang ada pada sinetron *Takdir Ilahi* TPI. Serta melihat bagaimana peranan kapitalisme dalam mengubah nilai guna menjadi nilai tukar dengan menggunakan analisis wacana kritis Fairclough pada

---

<sup>15</sup> *Ibid*, hlm. 59.

<sup>16</sup> Isna Siskawati, *Komodifikasi Nilai-nilai Agama dalam Sinetron*, Tesis, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Indonesia, 2006.

sinetron ini. Tesis ini menggunakan teori ekonomi politik dan juga analisis wacana kritis dari Farclough.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Isna Siskawati menunjukkan bahwa:

Pada level teks ini, skrip dan scenario sinetron yang dibubuhi mengenai hal-hal gaib dan juga komedi sebagai daya tarik sinetron. Teks media dianalisis secara linguistic dengan melihat kosakata, semantic, dan tata kalimat. Pada dasarnya seluruh elemen linguistic verbal maupun non verbal dapat menjadi kunci analisis. Kedua pada level Discourse Practice (Makro), dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. Produksi teks media memiliki tata cara, pola kerja dan rutinitas yang spesifik. Sedangkan proses konsumsi media berlangsung dalam konteks sosial tertentu. Akibatnya, proses produksi dan konsumsi akan berbeda-beda dalam konteks sosial yang berbeda. Analisis pada level ini difokuskan pada upaya menelusuri proses produksi teks sinetron religious dan konsumsinya yang memunculkan realitas komodifikasi dalam nilai-nilai agama. Serta pada level sosiokultural practice, penulis melihat factor-faktor sosial apa saja yang menyebabkan masyarakat menyukai sinetron yang dikemas secara religi.<sup>17</sup>

Argument dari Isna ini melihat bagaimana komodifikasi nilai-nilai agama yang terdapat pada sinetron religi *Takdir Ilahi* ini sesungguhnya merupakan suatu fenomena industri media televisi sebagai sebuah bisnis yang berorientasi pada keuntungan. Penelitian ini lebih memperlihatkan komodifikasi yang terjadi pada program televisi menggunakan tanda-tanda hipersemiotika, ketika industri lebih mengutamakan keuntungan bagi bisnisnya.

Hasil dari penelitian sejenis ini membuat penulis banyak menggali dan mendapatkan informasi mengenai komodifikasi yang terjadi pada simbol-simbol kebudayaan dan juga agama. Kelima tinjauan pustaka tersebut penulis gunakan sebagai alat bantu untuk membuat kerangka pola pikir sistematis serta memberikan

---

<sup>17</sup> *Ibid*, hlm. 104.

gambaran mengenai studi yang dijalani penulis saat ini. Namun, terdapat perbedaan dari tinjauan sejenis tersebut dengan studi yang penulis jalani.

Selain perbedaan, terdapat persamaan yang ada pada masing-masing tinjauan pustaka tersebut yaitu permasalahan mengenai komodifikasi baik pada simbol kebudayaan dan juga agama. Sedangkan perbedaan terdapat pada studi yang dijalani, kajian keilmuan, serta metodologi yang digunakan. Perbedaan serta persamaan antara studi yang dijalani penulis dengan masing-masing tinjauan pustaka penting untuk dijelaskan. Berikut adalah tabel yang memuat persamaan dan perbedaan antara kelima tinjauan sejenis yang penulis gunakan dalam penelitian ini.

**Tabel. I.2**

**Perbandingan Telaah Pustaka**

No	Penulis	Judul	Fokus Masalah	Metode dan Konsep Teori	Temuan Penelitian	Analisis	
						Persamaan	Perbedaan
1.	Siti Komariyah	Komodifikasi Makam dalam Perspektif Sosial Ekonomi, Jurnal 2011	Melihat bagaimana proses komodifikasi makam yang mempengaruhi kehidupan sosial-ekonomi masyarakat sekitar	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teori perubahan sosial sebagai pisau analisis	Proses komodifikasi makam Sunan Kalijaga terjadi sejak tahun 1970 dan merubah lingkungan fisik dari lokasi makam itu sendiri dengan banyaknya pedagang dan fasilitas sebagai bentuk dari komodifikasi	Sama-sama mengungkap proses komodifikasi yang terjadi akibat dari relasi pariwisata oleh para aktor kapitalis	Analisis dan hasil penelitian ini lebih melihat dampak positif terhadap masyarakat sekitar akibat dari komodifikasi makam ini
2.	Irsyan Basri	Komodifikasi Ritual Duata pada Etnik Bajo di Kabupaten Wakatobi, Tesis 2014	Fokus kepada komodifikasi ritual duata dan kaburnya identitas kebudayaan	Metode kualitatif dengan menggunakan teori semiotik dan analisis wacana kritis	Komodifikasi membuat ritual duata diproduksi sebagai kebutuhan pasar pariwisata wakatobi dengan berbagai modifikasi di dalamnya	Membahas mengenai komodifikasi pada suatu unsur religi/kepercayaan oleh para kapitalis dibalik pariwisata	Perbedaan objek komodifikasi berupa ritual religi dan analisis menggunakan teori semiotika dan wacana kritis dalam melihat kaburnya identitas

No	Penulis	Judul	Fokus Masalah	Metode dan Konsep Teori	Temuan Penelitian	Analisis	
						Persamaan	Perbedaan
3.	Dhyah Ayu Retno Widiastuti	Komodifikasi Upacara Religi dalam Pemasaran Pariwisata, Jurnal 2011	Upacara religi sebagai suatu komoditi utama pariwisata daerah dan dikomodifikasi oleh pemerintah setempat	Metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan kritis berupa hegemoni dan perspektif politik ekonomi	Kebijakan pemerintah mengenai pariwisata membuat upacara religi ini berubah pemaknaannya dan menyediakan atraksi-atraksi tambahan pada upacara sebagai daya tarik pasar	Sama-sama mengenai komodifikasi religi dalam upaya pemasaran pariwisata dan juga kritik akan realitas yang ada	Menganalisis menggunakan teori politik ekonomi karena campur tangan pemerintah yang cukup besar dan juga unsur religi yang berbeda
4.	Anak Agung Gede Raka	Komodifikasi Warisan Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Pura Penataran Sasih Pejeng Gianyar, Tesis 2015	Komodifikasi simbol kebudayaan oleh pemerintah kedalam industri pariwisata untuk mendapat keuntungan	Menggunakan metode kualitatif dan pendekatan kritis, hegemoni, serta teori kekuasaan	Komodifikasi yang terjadi pada pura selaku simbol agama ini dilakukan oleh pemerintah setempat, kaum intelektual, lembaga bisnis/pariwisata dan juga elit adat desa setempat. Simbol agama diubah dan dijadikan sebagai suatu destinasi dan ikon wisata yang dianggap wajar	Simbol agama yaitu pura masuk kedalam industri pariwisata oleh pemerintah setempat dan menghilangnya makna asli dari Pura selaku simbol agama	Menganalisis bagaimana hegemoni dan kekuasaan oleh para elit pemerintah dan lembaga lainnya dalam meraup keuntungan melalui komodifikasi ini

No	Penulis	Judul	Fokus Masalah	Metode dan Konsep Teori	Temuan Penelitian	Analisis	
						Persamaan	Perbedaan
5.	Isna Siskawati	Komodifikasi Nilai Agama pada Sinetron: Analisis Wacana Kritis pada Sinetron Takdir Illahi TPI, Tesis 2006	Komodifikasi nilai-nilai agama melalui media massa	Metode kualitatif dan menggunakan teori semiotika dan analisis wacana kritis	Melihat komodifikasi nilai-nilai agama oleh media massa pada level skenario atau naskah atau script sinetron Rahasia Illahi TPI untuk meningkatkan rating	Mengenai komodifikasi pada agama Islam dan kapitalisme yang ada dibalik itu.	Menganalisis lebih dalam pada sinetron dan naskah menggunakan teori semiotika dan wacana kritis

Diolah dari studi pustaka, 2017

## 1.6 Kerangka Konseptual

### 1.6.1 Masjid Sebagai Simbol Agama

Kata *masjid* berasal dari bahasa Arab *sajada-yasjudu-sujuudan*, yang berarti sujud menundukan kepala sampai ke tanah. Dari kata *sajada* kemudian terbentuk kata *masjid* yang artinya tempat sujud.<sup>18</sup> Berarti masjid pada hakikatnya adalah tempat untuk melakukan segala aktivitas yang berkaitan dengan kepatuhan kepada Allah semata. Namun, dalam kenyataannya masjid tidak hanya tempat bersujud, tetapi juga tempat kaum muslim melaksanakan berbagai aktivitas lainnya, seperti pendidikan, dakwah dan budaya Islam.

Masjid merupakan sebuah bangunan untuk sholat dan menjalankan ibadah. Pada awal perkembangannya, masjid hanyalah sebuah bangunan dengan di kelilingi oleh tembok atau dinding untuk melaksanakan sholat. Seiring dengan perkembangan zaman, bentuk dari masjid mengalami perkembangan luas serta bentuk arsitektur bangunannya. Meminjam pengertian dari Martin Frishman bahwa masjid sebagai suatu bangunan berfungsi sebagai rumah ibadah dan simbol agama Islam.<sup>19</sup> Selain sebagai rumah ibadah atau bangunan untuk melaksanakan ibadah umat Islam. Masjid juga berfungsi sebagai simbol dari agama Islam itu sendiri.

Masjid sebagai suatu simbol agama merupakan hal yang tidak bisa dilepaskan dalam kehidupan manusia. Robert P Borong dalam bukunya, hal ini disebabkan karena salah satu unsur dari agama yaitu manusia yang menjadi pemeluknya adalah

---

<sup>18</sup> Kartum Setiawan, *Op.cit*, hlm.11.

<sup>19</sup> *Ibid*, hlm.10.

*Homo Symbolicum*, dan hidupnya di penuh oleh simbol-simbol.<sup>20</sup> Simbol-simbol tersebut terbentuk sebagai perwujudan dan pemaknaan dalam realitas yang ada kehidupan akan kekuatan yang lebih besar (*Supreme Being*) dari manusia dan lainnya.

Masjid sebagai bangunan untuk beribadah serta sekaligus simbol dari agama Islam itu sendiri merupakan perwujudan sebagai bentuk realitas akan adanya kekuatan yang lebih besar dari dalam diri manusia ataupun bukti akan keberadaan Tuhan semata. Masjid sebagai simbol lebih menunjukkan akan eksistensi atau keberadaan dari Tuhan, seperti halnya Gereja bagi umat kristiani, Pura bagi umat Hindu serta agama-agama lainnya. Semua agama yang ada di dunia, baik itu agama tradisional maupun modern memiliki simbol-simbol dan tidak terlepas dari simbol. Bahkan menurut S. Takdir Ali Syahbana (dalam *Berakar di Dalam Dia dan Dibangun di Atas Dia*, 1998: 185) Agama itu sendiri pun merupakan sebuah simbol dalam kehidupan manusia.

Masjid bagi umat muslim sendiri merupakan tempat ibadah yang suci dan sakral, digunakan untuk melaksanakan ibadah sholat wajib maupun sunah serta penyiaran agama Islam atau dakwah. Sebagai suatu tempat yang suci, masjid dijaga kesucian serta kebersihannya. Dan juga memiliki berbagai peraturan dan tata cara memasuki masjid, seperti yang ada dalam Al-Quran serta Hadits.

Masjid sebagai simbol dari agama Islam juga memiliki beberapa fungsi, yaitu:

---

<sup>20</sup> Robert P Borong, *Berakar di Dalam Dia dan Dibangun di Atas Dia*, Jakarta: BPK Gunung Mulia, 1998, hlm. 185.

- a. Masjid merupakan tempat kaum muslimin beribadat dan mendekatkan diri kepada Allah SWT
- b. Masjid adalah tempat kaum muslimin beritikaf, membersihkan diri, menggembleng batin untuk membina kesadaran dan mendapatkan pengalaman batin atau keagamaan sehingga selalu terpelihara keseimbangan jiwa dan raga serta keutuhan kepribadian.
- c. Masjid adalah tempat bermusyawarah kaum muslimin guna memecahkan persoalan-persoalan yang timbul dalam masyarakat.
- d. Masjid adalah tempat berkonsultasi, mengajukan kesulitan-kesulitan, meminta bantuan dan pertolongan.
- e. Masjid adalah tempat membina keutuhan ikatan jemaah dan gotong royong di dalam masyarakat.
- f. Masjid dengan majelis taklimnya merupakan wahana untuk meningkatkan kecerdasan dan ilmu pengetahuan muslimin.<sup>21</sup>

Hingga kini perkembangan masjid sangat beragam, mulai dari bangunan yang sederhana dengan satu kubah hingga bangunan yang megah dan besar dengan beberapa kubah. Selain itu, beragam bentuk dan gaya arsitektur masjid juga mulai berkembang mengikuti perkembangan zaman. Salah satunya seperti, Masjid Dian Al-Mahri atau yang biasa disebut dengan Masjid Kubah Emas. Hal tersebut dikarenakan masjid ini memiliki kubah dan berbagai bangunannya yang dilapisi dan terbuat dari emas dengan gaya arsitektur Timur Tengah yang megah.

---

<sup>21</sup> Mohammad E Ayub, *Manajemen Masjid*, Jakarta: Gema Insani Press, 1996, hlm, 7-8.

### 1.6.2 Konseptualisasi Wisata Religi

Wisata religi adalah salah satu jenis wisata yang berkaitan dengan agama maupun hal-hal religius. Wisata religi berasal dari kata wisata dan juga religi. Wisata adalah sebuah kegiatan mengunjungi suatu destinasi atau tempat tertentu. Sedangkan religi menurut Sidi Gazalba adalah kepercayaan pada dan hubungan manusia dengan yang kudus, dihayati sebagai hakikat yang gaib, hubungan yang menyatakan diri dalam bentuk serta sistem kultus dan sikap hidup berdasarkan doktrin tertentu.<sup>22</sup> Maka dapat diartikan wisata religi adalah kegiatan atau suatu jenis wisata yang berkaitan dengan hal religius atau dalam konteks ini agama.

Menurut Nurlaila Hamjah wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama, biasanya berupa tempat ibadah, makam ulama atau situs-situs kuno yang memiliki kelebihan.<sup>23</sup> Kelebihan tersebut diantaranya seperti memiliki nilai historis maupun keunikan bentuk dan arsitektur dari tempat, bangunan ataupun situs-situs religius. Penganut agama atau religi mengunjungi destinasi tersebut dengan adanya kepercayaan dalam diri mereka sebagai umat beragama. Salah satunya seperti Indonesia yang memiliki cukup banyak destinasi wisata religi dengan jumlah umat beragama yang cukup banyak dan beragam. Mulai dari Islam, Kristiani, Katolik, Hindu dan Budha. Begitu juga dengan destinasi wisata religi yang ada seperti pura, candi, klenteng maupun masjid.

---

<sup>22</sup> Toyib dan Sugiyanto, *Islam dan Pranata Sosial Kemasyarakatan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002, hlm, 4.

<sup>23</sup> Nurlaila Hamjah, Pengaruh Periklanan, Pameran Dan Event terhadap Peningkatan Kesadaran Wisatawan Dan Dampaknya Pada Minat Berkunjung ke Destinasi Wisata Religi di Aceh, *Jurnal Manajemen Vol, 4, No, 2*, Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, 2015, hlm, 80.

Salah satu wisata religi yang mengandalkan masjid seperti Masjid Kubah Emas yang terletak di Meruyung, Depok. Masjid Kubah Emas atau yang memiliki nama asli Masjid Dian Al-Mahri ini mulai dikenal sebagai salah satu destinasi wisata religi Kota Depok yang cukup mumpuni. Hal tersebut karena terkenalnya masjid ini hingga ke luar pulau Jawa dan mampu menarik begitu banyak masyarakat untuk datang dan melihat Masjid Kubah Emas ini. Sebagai salah satu destinasi wisata religi, masjid ini menyediakan kebutuhan religius dan juga fisik maupun jiwa.

### **1.6.3 Komodifikasi Agama**

Chris Barker dalam bukunya menjelaskan komodifikasi adalah proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme dimana objek, tanda-tanda diubah menjadi komoditas yaitu sesuai dengan tujuan utamanya terjual di pasar.<sup>24</sup> Sedangkan Vincent Mosco, dalam bukunya yang berjudul "*The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*"<sup>25</sup>, menjelaskan bahwa komodifikasi adalah sebuah transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Suatu barang dinilai bukan berdasarkan kemampuan dan kegunaannya lagi dalam memenuhi kebutuhan, melainkan dinilai berdasarkan apa yang bisa didapatkan.

Komodifikasi merupakan konsep yang luas, tidak hanya mengenai masalah nilai tukar atau guna suatu barang, tetapi juga menyangkut permasalahan produksi, distribusi dan konsumsi suatu barang atau objek komoditi. Konsep tersebut kental

---

<sup>24</sup> Chris Barker, *Cultural Studies, Teori dan Praktik* (terjemahan), Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka, 2005, hlm, 517.

<sup>25</sup> Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*, London: Sage Publication Ltd, 1996, hlm, 143-144.

akan kapitalisme, dimana komodifikasi adalah salah satu bagian di dalamnya. Komodifikasi mampu menyentuh segala aspek kehidupan mulai dari pendidikan, budaya, hingga agama.

Konsep komodifikasi agama awalnya dipopulerkan oleh Greg Fealy dalam *Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietsm in Contemporary Indonesia*, dalam Greg Fealy dan Sally White, *Expressing Islam: Religious Life and Political in Indonesia*<sup>26</sup>. Melalui tulisannya ia mengemukakan, istilah komodifikasi berasal dari kata *Commodity*, yang berarti benda komersial atau objek perdagangan. Komodifikasi agama adalah komersialisasi pada agama atau mengubah keimanan serta simbol-simbolnya menjadi komoditas yang dapat diperjual-belikan untuk mencapai keuntungan. Tidak lepas juga dengan dikemas sedemikian rupa agar menjadi sebuah komoditi yang menguntungkan.

Komodifikasi agama dapat terjadi ketika potensi pasar umat beragama yang tersedia menjanjikan. Dalam penelitian ini, potensi pasar umat beragama Islam yang menjanjikan di Indonesia menjadikannya peluang bisnis baru dalam menjual nilai-nilai serta simbol agama. Nilai-nilai serta simbol keislaman yang dimaksudkan pada studi ini, lebih ditekankan pada simbol agama Islam dalam konteks pariwisata yang tangan populer saat ini yaitu wisata religi. Simbol agama Islam seperti masjid yang masuk kedalam komodifikasi agama pada penelitian ini.

---

<sup>26</sup> Greg Fealy and Sally White, *Expressing Islam: Religious Life and Political in Indonesia*, Singapore: Iseas Publishing, 2008, hlm, 16.

Pada hakekatnya komodifikasi simbol keagamaan sebagai wisata religi menyediakan kebutuhan spiritualitas bagi masyarakat. Potensi pasar Islam Indonesia yang terbuka luas, memberikan kesempatan bagi para pelaku bisnis wisata religi untuk menyediakan penyegaran agama melalui pariwisata serta mendapatkan profit di dalamnya. Mengubah simbol serta keimanan sebagai salah satu komoditi yang mumpuni dan mampu menarik pasar hingga merubah persepsi masyarakat yang datang untuk beribadah maupun berwisata.

Lebih jauh Fealy menjelaskan bahwa konsumsi terhadap Islam yang merupakan bagian dalam komodifikasi Islam juga terkait dengan identitas individu. Derasnya arus globalisasi berdampak pada terjadinya “*destabilized identity*” ketika agama menjadi salah satu alternatif untuk menciptakan identitas baru.<sup>27</sup> Konsumsi pada produk Islami seringkali menunjukkan status sosial pada masyarakat Islam Indonesia. Kemudian Fealy juga menjelaskan bahwa individu Islam mengkonsumsi produk secara rasional bukan hanya permasalahan sentiment agama melainkan juga kepentingan dan kualitas produk tersebut.

#### **1.6.4 Consumer Ritualized Symbolic Practice (CRSP's)**

*Consumer Ritualized Symbolic Practice* atau CRSP's merupakan salah satu penyebab munculnya komodifikasi agama, seperti yang dikemukakan oleh Alex Thornburg dan J. David Knotterus, sosiolog dari Oklahoma State University. Hal tersebut dikemukakan dalam tulisannya pada tahun 2008 di Pertemuan *American*

---

<sup>27</sup> Oki Rahadianto Sutopo, Beragam Agama Beragam Ekspresi, *Jurnal Sosiologi Masyarakat* Vol, 15, No, 2, 2010, Universitas Gadjah Mada, hlm, 89.

*Sociological Association*, Boston. Alex dan David menyatakan CRSP's sebagai berikut,

*CRSP's are the ways people employ cultural objects as a commodity to be produced, marketed, and consumed like other commodities.*<sup>28</sup>

CRSP's ini menjelaskan bagaimana cara masyarakat menggunakan objek-objek budaya sebagai komoditas yang diproduksi, dipasarkan dan dikonsumsi seperti komoditas lainnya. Mengubahnya menjadi sesuatu yang menguntungkan dan dikemas semenarik mungkin untuk pasar. Dalam mengidentifikasi CRSP's ini terdapat beberapa faktor seperti:

1. *CRSP's create religions as an abstracted and reified religious object to be marketed and consumed,*
2. *CRSP's created a religious brand name for social communication and consumption,*
3. *CRSP's create religion as an avenue for economic and psychological well being,*
4. *CRSP's create religion as a rationalized provider services.*<sup>29</sup>

Faktor pertama menyebutkan CRSPs membuat agama sebagai objek yang dapat dipasarkan dan dikonsumsi. Kedua, membuat sebuah brand name atau *label* untuk komunikasi dan konsumsi sosial. Ketiga, membuat agama sebagai sebuah sarana perekonomian dan psikologi. Keempat, agama sebagai layanan rasional. Itu berarti, CRSPs adalah cara seseorang atau sekelompok orang memperlakukan objek budaya islam sebagai komoditas untuk diproduksi, dipasarkan dan dikonsumsi seperti

---

<sup>28</sup> Alex Thornburg & J. David Knottterus, "*Consumer Ritualized Symbolic Practices: A theory of Religious Commodification*", Paper. Boston: Annual Meeting of the American Sociological Association, 2008, hlm. 7.

<sup>29</sup> *Ibid.*

barang komoditi lainnya. Begitu pula dalam penelitian ini, penulis berusaha menggambarkan fenomena “Masjid Kubah Emas” dalam Tren Wisata Religi menggunakan faktor-faktor CRSP’s.

## **1.7 Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah sebuah penelitian yang mencoba memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian penelitian, mulai dari perilakunya, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara menyeluruh dan dengan cara mendeskripsikan melalui kata-kata dan bahasa pada suatu konteks, khususnya yang ilmiah serta dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah yang ada.<sup>30</sup> Dalam penelitian kualitatif digunakan teknik observasi pada wilayah penelitian, serta wawancara dalam dua teknik, yaitu terstruktur dan tidak terstruktur. Semua hal itu dilakukan dalam upaya untuk memperoleh data penelitian.

### **1.7.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini mengambil tempat di Masjid Dian Al-Mahri atau yang biasa disebut dengan Masjid Kubah Emas. Terletak di Kelurahan Meruyung, Kecamatan Limo, Kota Depok. Ada beberapa alasan mengapa penulis mengambil lokasi ini. Pertama, lokasi ini merupakan salah satu lokasi Masjid termegah seasia tenggara dengan kubah emasnya. Kedua, Masjid Kubah Emas ini merupakan masjid yang sangat banyak dikunjungi oleh pengunjung setiap harinya, dengan jumlah

---

<sup>30</sup> John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2014, hlm, 59.

pengunjung yang cukup tinggi ketimbang dari masjid lainnya. Ketiga, Masjid Kubah Emas merupakan salah satu simbol dari agama islam. Keempat, masjid ini memiliki berbagai macam fasilitas penunjang wisata religi yang disebut dengan *kawasan Islamic centre*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret-April 2017.

### 1.7.2 Subjek Penelitian

Kunci penting dalam penelitian kualitatif adalah subjek penelitian. Subjek penelitian ini terdiri dari 10 orang. 4 orang pengelola Masjid Kubah Emas. 1 orang Pemerintah Depok bagian pariwisata, dan 3 orang pengunjung Masjid Kubah Emas. Serta 2 orang masyarakat sekitar Kelurahan Meruyung, Depok.

Interaksi penulis dengan informan sangatlah penting untuk keberhasilan penelitian kualitatif ini. Oleh sebab itu, penulis memilih beberapa informan yang dapat mendukung serta memperkuat data penulis seperti pengunjung masjid Kubah Emas dan Pemerintah Kelurahan Meruyung. Dimana hal ini digunakan untuk melengkapi dan mengoreksi data-data hasil lapangan yang di dapat.

**Tabel. I.3**  
**Karakteristik Informan**

No.	Nama	Posisi	Peran dalam Penelitian
1.	H. Eko Sukarno	Pengelola Masjid (Divisi Umum)	Memberikan informasi mengenai sejarah serta profil dan perkembangan masjid kubah emas.
2.	Annisa	Pengelola Masjid (Bagian Kafetaria dan Souvenir)	Memberikan informasi mengenai status ruko kafetaria dan souvenir yang berada di masjid kubah emas.
3.	Bapak Irwan	Pengelola/Pekerja Masjid (Bagian Fotografer Masjid)	Memberikan informasi mengenai status fotografer dan cetak foto kubah emas sekaligus biaya foto.
4.	Pak Marjuki	Pengelola/Pekerja Masjid (Bagian Parkir)	Memberikan informasi biaya tiket parkir kendaraan serta jumlah pengunjung perharinya.

No.	Nama	Posisi	Peran dalam Penelitian
5.	Kelurahan Meruyung	Staff Kelurahan Meruyung	Memberikan informasi serta data mengenai jumlah penduduk dan mayoritas agama di kelurahan meruyung (sekitar masjid).
6.	Bapak Seli	Masyarakat sekitar masjid	Informasi mengenai perubahan yang terjadi semenjak adanya masjid kubah emas.
7.	Bapak Rahmat	Masyarakat sekitar masjid	Informasi mengenai perubahan yang terjadi semenjak adanya masjid kubah emas.
8.	Hidayaneu	Pengunjung Masjid	Memberikan informasi mengenai pendapat masyarakat
9.	Renita	Pengunjung Masjid	Memberikan informasi mengenai pendapat masyarakat
10.	Wicak	Pengunjung Masjid	Memberikan informasi mengenai pendapat masyarakat

Diolah dari hasil observasi, 2017

### 1.7.3 Peran Peneliti

Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Seperti yang tertera dalam Craswell, Peran peneliti dalam penelitian secara kualitatif adalah untuk mengumpulkan data-data yang telah ada di dalam instrumen untuk dapat mengidentifikasi nilai-nilai personal dan asumsi-asumsi yang ditemui di lapangan dan akan mempengaruhi hasil akhir dari penelitian.<sup>31</sup> Hal tersebut berarti peneliti harus mampu masuk lebih dalam saat terjun ke lapangan dan mampu menjadi bagian dari lapangan sehingga peneliti mengetahui bagaimana keadaan sebenarnya.

Dalam proses penelitian dan usaha untuk memperoleh hasil dari penelitian yang baik, maka peneliti harus membatasi diri agar tidak terjadi penelitian yang

---

<sup>31</sup> *Ibid*, hlm, 90.

subjektif di lapangan. Secara umum, peneliti melakukan beberapa langkah kerja yaitu: merencanakan penelitian, melakukan penelitian, dan mempresentasikan hasil temuan penelitian. Meskipun dalam melakukan hal tersebut peneliti mengalami kesulitan untuk mendapatkan informasi lebih mendalam dari pihak pengelola Masjid Kubah Emas karena sikap tertutup. Namun, peneliti mampu mendapatkan informasi dari data lainnya yang terdapat di lapangan.

#### **1.7.4 Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam penelitian ini yaitu:

1. Wawancara

Wawancara memungkinkan peneliti untuk dapat mengumpulkan data yang beragam dari para responden dalam berbagai situasi dan konteks. Dalam penelitian ini digunakan teknik wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur ini bersifat lentur dan terbuka, tidak terstruktur ketat tetapi dengan pertanyaan yang semakin terfokus dan mengarah pada kedalaman informasi. Wawancara tidak terstruktur dimulai dengan mengeksplorasi suatu topik umum bersama-sama dengan responden. Kelebihan dari tehnik wawancara adalah dapat diperoleh keterangan yang lebih personal. Peneliti mewawancarai mengenai proses komersialisasi serta pemasaran masjid sebagai bentuk komodifikasi agama. Selama penelitian berlangsung peneliti sedikit mengalami kesulitan dalam hal mendapatkan informasi dari informan terlebih dari pihak pengelola masjid.

## 2. Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan, dan dicatat secara sistematis, serta dapat dikontrol keandalan (reabilitas) dan kesahihannya (validitasnya).<sup>32</sup> Peneliti mendatangi lokasi penelitian untuk mengamati 9 informan yang ada.

Observasi dilakukan dengan dua cara, yaitu observasi non formal dan formal untuk mengamati fakta dan keadaan yang terjadi di lapangan. Bukti observasi mampu menambah dimensi-dimensi baru serta fakta yang terdapat di lapangan. Observasi tersebut sangatlah berharga karena peneliti dapat mengambil foto-foto terkait kasus untuk menambah keabsahan penelitian. Dengan teknik tersebut data yang diperoleh mampu menggambarkan keadaan yang diteliti

### 1.7.5 Triangulasi Data

Creswell menjelaskan konsep triangulasi didasarkan pada asumsi bahwa setiap prasangka yang ada dalam sumber data, peneliti, dan metode akan dinetralisir ketika digunakan bersama sumber data, peneliti, dan metode yang lain.<sup>33</sup> Triangulasi data dimaksudkan untuk dapat memahami kebenaran data penelitian yang dilihat dari berbagai sudut pandang yang berbeda. Untuk mengkroscek data dari informan,

---

<sup>32</sup> Usman Hunaini dan Purmono Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009, hlm. 52.

<sup>33</sup> *Ibid*, hlm, 162.

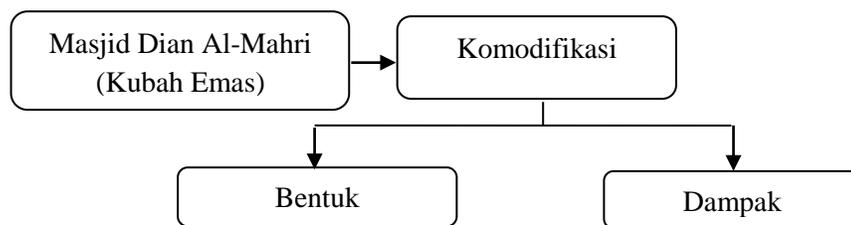
peneliti melakukan wawancara kepada Pemerintah Kelurahan Meruyung, Depok mengenai Masjid Kubah Emas sebagai Wisata Religi.

Teknik triangulasi dalam penelitian ini dilakukan sebagai jenis data dan informasi yang dibutuhkan dari lokasi penelitian telah dipenuhi. Setelah itu peneliti melakukan pengecekan terhadap data-data yang telah diperoleh apakah valid atau tidak. Dalam penelitian ini teknik triangulasi peneliti lakukan dengan wawancara, observasi dan studi dokumen terkait.

Sebuah penelitian hendaknya dikerjakan secara sistematis agar mudah dibaca dan dipahami hasil penelitian tersebut. Selain itu, sistematis atau tidaknya sebuah penelitian juga berfungsi sebagai penilai ilmiah atau tidaknya penelitian tersebut. Sistematika penelitian sangatlah penting dalam sebuah penelitian ilmiah. Oleh karena itu penulis akan memvisualisasikan kerangka kerja penelitian ini:

### Skema I.1

#### Kerangka Kerja Penelitian



Sumber: Diolah oleh Penulis, 2017

Berdasarkan bagan di atas penulis menjelaskan bahwa Masjid Dian Al-Mahri selaku simbol agama Islam diubah menjadi sebuah komoditi baru. Menggunakan

unsur agama sebagai objek komoditi. Pariwisata mengambil keuntungan dari masjid ini dengan melakukan komodifikasi sebagai cara untuk mencapai tujuan kapital. Komodifikasi yang terjadi pada masjid ini menghasilkan brand atau trend terbaru wisata religi yang membawa masjid bersamanya, bentuk komodifikasi agama, serta dampak sosial ekonomi dan perubahan yang terjadi.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Sebuah penelitian hendaklah memiliki sistematika penelitian yang baik. penelitian kualitatif ini memiliki tiga bagian yaitu pendahuluan, isi, dan penutup. Ketiga bagian ini terbagi-bagi menjadi lima bab dan beberapa sub bab. Bab I dalam penelitian ini berisikan mengenai latar belakang serta permasalahan penelitian yang terdiri dari tiga buah pertanyaan. Tiga buah pertanyaan tersebut bertujuan agar peneliti lebih fokus terhadap suatu fenomena yang diteliti. Selanjutnya terdapat juga tujuan penelitian, tinjauan penelitian sejenis, kerangka konseptual, metode dan sistematika penulisan. Semua itu bertujuan untuk mengetahui kerangka dasar dalam penelitian Masjid Dian Al- Mahri selaku simbol keagamaan ini.

Bab II berisikan deskripsi mengenai wilayah yang dijadikan sebagai lokasi penelitian yaitu Masjid Dian Al-Mahri, Depok. Serta akan menjelaskan mengenai konteks sosial dalam Masjid Dian Al-Mahri selaku wisata religi. Dalam hal ini dijelaskan perkembangan Masjid Dian Al-Mahri. Adapun hal-hal yang terdapat dalam penjelasannya adalah perkembangan dari awal peresmian dibuka hingga menjadi sebuah destinasi wisata yang cukup terkenal, keadaan fisik dan lingkungan

masjid, jumlah pengunjung masjid, serta tabel peraturan masjid ini. Selain itu juga membahas mengenai profil Masjid Dian Al-Mahri atau Kubah Emas Depok.

Bab III berisikan tentang deskripsi mengenai bentuk komodifikasi pada Masjid Dian Al-Mahri, juga mendeskripsikan management masjid yang menyediakan berbagai macam fasilitas yang menjadi komoditi seperti gedung utama atau masjid itu sendiri, dan gedung lainnya, serta kerja sama dengan berbagai pihak dalam hal iklan dalam industri pariwisata khususnya wisata religi. Tidak lupa juga membahas mengenai bagaimana kondisi masyarakat sekitar masjid Kubah Emas dan kondisi lingkungan sekitar masjid atau tepatnya Kelurahan Meruyung terkait adanya Masjid Kubah Emas selaku ikon pariwisata.

Bab IV mengulas lebih mengenai pemanfaatan masjid selaku simbol agama dalam pariwisata. Menjelaskan pengemasan Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri selaku simbol keagamaan dalam upaya menggapai target pasar umat beragama. Menjelaskan hubungan antara pengelola atau manajemen masjid dengan pasar umat beragama dalam hal wisata religi.

Bab ini juga menjelaskan dominasi pengelola masjid dalam mengambil serta mengakumulasi keuntungan kapital dari masjid selaku simbol keagamaan. Serta pemaknaan dan persepsi masyarakat maupun pengunjung yang terjadi melalui faktor-faktor praktik perilaku konsumsi ritual simbolik sebagai penyebab dari timbulnya komodifikasi agama.

Bagian akhir yaitu Bab V yang merupakan bagian penutup dari penelitian ini. Dalam bab ini berisikan mengenai kesimpulan yang dibuat oleh peneliti dalam menyimpulkan laporan hasil penelitian secara menyeluruh. Kesimpulan ini merupakan jawaban eksplisit dari pertanyaan penelitian. Dan juga rekomendasi agar peneliti dapat mempertimbangkan sebagai masukan kedepan

## **BAB II**

### **KONTEKS SOSIAL MASJID KUBAH EMAS**

#### **DIAN AL-MAHRI DEPOK**

Bab ini menjelaskan tentang konteks sosial Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri, Depok. Selain itu, dalam bab ini juga menjelaskan mengenai wilayah serta lokasi tempat penelitian dan perkembangan masjid itu sendiri. Mulai dari sejarah pembangunan dan peresmian Masjid Kubah Emas hingga menjadi suatu fenomena wisata religi yang banyak menarik perhatian pengunjung. Demikian dilakukan sebagai langkah untuk melengkapi penelitian sehingga informasi mengenai profil informan, profil lokasi, sekilas kelembagaan, struktur organisasi dan setting sosial tergambar dengan jelas.

#### **2.1 Perkembangan Masjid dalam Pariwisata Indonesia**

Masjid bagi sebagian umat Islam adalah suatu simbol yang sangat sakral. Mohammad Ayub dalam bukunya, *Manajemen Masjid* mengatakan Masjid sebagai tiang utama bagi Islam, sebagai sarana utama untuk mengaplikasikan risalah agama dan masjid sebagai institusi yang paling berkompeten dalam menentukan tegak dan semaraknya agama Islam.<sup>34</sup> Oleh karena itu masjid merupakan suatu tempat yang sangat kental akan nilai-nilai religius keislaman, baik sebagai pusat keagamaan Islam hingga kebudayaan.

---

<sup>34</sup> Mohammad E Ayub, dkk, *Manajemen Masjid*, Depok: Gema Insani, 2007, hlm, 14.

Dilihat dari sejarahnya, masjid di Indonesia digunakan sebagai tempat sholat dan beritikaf bagi umat Islam, hingga untuk menyiarkan nilai-nilai agama. Lebih lanjut masjid memiliki beragam fungsi dan salah satunya menjadi suatu destinasi wisata religi yang cukup banyak diminati. Kuntowijoyo menjelaskan bahwa masjid-masjid pertama di Indonesia bentuknya menyerupai arsitektur lokal, warisan dari hindu.<sup>35</sup> Desain serta bentuk dari masjid masih sederhana dengan nuansa lokal. Hingga pada perkembangannya, masjid mulai menggunakan kubah meskipun masih dengan berbagai macam sentuhan budaya, baik lokal seperti Hindu Budha hingga sentuhan arsitektur kolonial belanda. Sedangkan modern ini, mulai banyak masjid-masjid dengan kubah bergaya Timur Tengah.

Masjid mulai menjadi tujuan destinasi wisata religi yang ramai sudah di mulai semenjak tahun 1990-an. Seperti yang diungkapkan oleh Greg Fealy, “*The number of mosques and the sizes of their congregations have increased sharply as have the popularity of Islamic dress and the use of Islamic symbols and language in the media and in public space*”.<sup>36</sup> Angka pertumbuhan masjid mulai bertambah di Indonesia begitu juga dengan umat Islam yang mengunjunginya, terlebih masjid yang menjadi suatu destinasi wisata religi.

Awalnya masjid hanya dikunjungi untuk melakukan ibadah. Perlahan dengan semakin uniknya arsitektur masjid, masjid mulai dijadikan sebagai destinasi wisata

---

<sup>35</sup> Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2008, hlm, 317.

<sup>36</sup> Greg Fealy and Sally White, *Op.cit*, hlm, 15.

religi. Masjid sebagai sebuah destinasi wisata religi salah satunya adalah Masjid Istiqlal yang terletak berdampingan dengan Gereja Katedral di Jakarta. Masjid Istiqlal selalu dikunjungi oleh murid Taman Kanak-kanak untuk melakukan manasik haji. Kemudian terdapat masjid-masjid kuno atau tua yang juga tak kalah ramai untuk dikunjungi yang berada di daerah Jawa. Namun, semua masjid tersebut tidak terlalu menonjolkan sisi pariwisatanya dan tetap memegang nilai-nilai religius yang suci. Tidak ketinggalan salah satu fenomena Masjid sebagai suatu destinasi wisata religi adalah Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri.

Masjid ini terletak tidak jauh dari Jakarta, yaitu berada di Depok. Masjid ini mulai menjadi sorotan masyarakat luas dari awal peresmian yang di buka untuk umum. Hingga kini masjid ini masih menjadi salah satu destinasi wisata yang terus dikunjungi oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Hal tersebut tentunya menarik begitu banyak masyarakat untuk datang dan menyentuh Kelurahan Meruyung, tempat Masjid Kubah Emas berada dan memberikan suatu perubahan baik lingkungan fisik dan sosial masyarakat sekitar masjid.

Masyarakat Indonesia sendiri sudah lama mengenal simbol agama, salah satunya melalui destinasi wisata seperti pura dan candi di Yogyakarta maupun Bali milik umat Hindu dan Budha. Namun kini, masjid juga mulai memiliki potensinya tersendiri dan menjadi suatu destinasi wisata dengan berbagai macam peraturan layaknya seperti suatu tempat wisata. Salah satunya adalah Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri ini.

Keberadaan masjid sebagai suatu tempat wisata tentunya tidak jauh kaitannya dengan adanya potensi wisatawan beragama untuk datang dan juga keuntungan secara materil bagi pihak pengelola maupun pihak-pihak tertentu yang bertanggung jawab akan masjid tersebut. Beragam upaya seperti pelayanan dan fasilitas pun akan diberikan dan dibuat oleh pengelola masjid untuk menarik minat masyarakat datang dan mendapatkan keuntungan. Dibalik dari semua nilai religius dan kesakralan masjid selaku simbol keagamaan yang berubah menjadi destinasi wisata, meskipun masih bertajuk dalam semboyan “*wisata religi*”.

## **2.2 Gambaran Umum Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri**

### **2.2.1 Profil dan Perkembangan Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri**

Masjid Dian Al-Mahri atau yang biasa dikenal oleh masyarakat luas dengan nama Masjid Kubah Emas merupakan masjid keluarga pada awal pembangunannya. Pendiri sekaligus pemilik masjid ini adalah Ibu Hj. Dian Djuriah Maimun Al Rasyid. Masjid ini mulai dibangun pada tahun 1999 dan dibuka untuk umum pada tahun 2006. Masjid ini diresmikan untuk umum karena banyaknya masyarakat yang ingin melihat dan melaksanakan ibadah di masjid tersebut.

Peresmian masjid ini untuk umum bertepatan dengan hari raya lebaran Haji atau Idul Adha 1427 H, pada tanggal 31 Desember 2006. Saat itu masjid ini dibuka untuk sholat Ied pertama kalinya bagi masyarakat. Setelah itu terdapat pemotongan hewan qurban oleh keluarga Ibu Hj. Dian selaku pemilik masjid ini. Pada awal pembukaannya untuk umum, masjid ini langsung ramai dan diserbu oleh banyak

masyarakat untuk melaksanakan sholat Ied dan juga menikmati keindahan Masjid Kubah Emas.

Setelah diresmikan untuk umum, masjid ini pun memiliki visi dan misi selaku simbol keagamaan yang memiliki potensi yang cukup besar kedepannya. Berikut adalah visi dari masjid kubah emas, Dian Al-Mahri:

1. Kebangkitan budaya Islam di Indonesia untuk membangun sebuah peradaban Islam Indonesia yang akan memperkuat fundamen Negara Kesatuan Republik Indonesia.
2. Dengan pengembangan Islam yang ada saat ini, diharapkan Indonesia menjadi pusat perkembangan kebudayaan Islam dunia.

Sedangkan untuk misi dari Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri itu sendiri adalah sebagai berikut:

1. Menyebarkan pemahaman “Islam Rahmatan Lil Alamin”, bahwa Islam diturunkan sebagai rahmat untuk seluruh alam semesta.
2. Membudayakan nilai-nilai ajaran Islam dalam kehidupan sosial, bermasyarakat, dan bernegara di Indonesia.

Adapun selain visi dan misi, masjid Kubah Emas memiliki beberapa peraturan atau tata tertib yang harus dipatuhi oleh setiap pengunjung yang datang, seperti:

1. Pengunjung diwajibkan untuk menutup aurat/ menggunakan pakaian muslim bagi perempuan (hijab).

2. Pengunjung laki-laki dilarang memasuki kawasan wanita, begitupun sebaliknya di dalam masjid.
3. Sandal/ sepatu dan alas kaki lainnya harus dititipkan di tempat penitipan.
4. Dilarang memasuki wilayah yang dibatasi, seperti menara masjid, kantor dan sebagainya.
5. Masjid libur dan tutup setiap hari kamis.
6. Motor pengunjung dilarang masuk kedalam area kecuali di parkir yang sudah disediakan.
7. Anak di bawah 7 tahun yang tidak memiliki kepentingan dilarang memasuki area masjid.
8. Dilarang memasuki kawasan taman dan menginjak rumput.

Masjid ini berdiri di lahan seluas 60 hektar di Kelurahan Meruyung Depok. Lokasi masjid ini tepatnya berada di Jalan Meruyung Raya, Kelurahan Meruyung, Kecamatan Limo, Kota Depok. Lokasi ini cukup mudah untuk diakses menggunakan kendaraan pribadi maupun transportasi umum seperti angkot dan ojek. Lurus dari Jalan Meruyung Raya merupakan akses langsung menuju Lebak Bulus, Jakarta Selatan. Hal ini menunjukkan lokasi masjid ini yang cukup strategis bagi para pengunjung baik dari Depok itu sendiri maupun sekitar Jakarta. Selain lokasi yang mudah di jangkau dan strategis. Hal lain yang membuat banyaknya pengunjung di masjid ini juga karena masjid itu sendiri. Animo masyarakat akan masjid ini bukan tanpa alasan, melainkan karena kemegahan dan gaya arsitektur masjid yang mewah.

## **Gambar II.1** **Foto Masjid Kubah Emas**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Masjid ini memiliki luas 8 hektar dan mampu menampung sekitar 20 ribu jemaah untuk melaksanakan sholat. Ciri khas pada masjid ini terletak pada kubahnya yang berlapis emas 24 karat. Masjid ini memiliki 1 kubah utama dan 4 buah kubah kecil. Bentuk kubah-kubah tersebut menyerupai bentuk bangunan di Timur Tengah. Jumlah 5 buah kubah tersebut melambangkan rukun Islam yang berjumlah 5 buah.

Selain kubah-kubah berlapis emas tersebut, di pojok-pojok masjid terdapat menara tinggi yang berjumlah 6 buah menara. Jumlah 6 buah menara tersebut menunjukkan jumlah dari rukun iman, yakni 6 buah. Tak lupa pula, pada puncak-puncak menara ini terdapat kubah-kubah kecil berlapis emas 24 karat.<sup>37</sup> Bagian dalam masjid juga dihiasi dengan berbagai macam lampu gantung dan juga

---

<sup>37</sup> Profil Masjid Kubah Emas dalam <http://www.depok.go.id/profil-kota/pariwisata> diakses pada 28 april 2017, pukul 9.30 WIB.

ornamen-ornamen yang dilapisi emas. Salah satu lampu gantung besar yang berada di masjid ini di datangkan langsung dari Eropa.

**Gambar II.2**  
**Lampu Gantung Bagian dalam Masjid Kubah Emas**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Selain itu, relief kaligrafi yang terdapat pada dinding dan langit-langit masjid di lapisi oleh bahan Prado atau sisa emas. Tak lupa juga ruang mihrab yang dilapisi oleh emas 18 karat. Serta mahkota pilar masjid yang berjumlah 168 buah yang berlapis bahan sisa emas. Semua itu membuat masjid ini terkesan begitu megah dan mewah. Terlebih dengan pelataran di dalam dan di luar masjid yang cukup luas dengan nuansa masjid Timur Tengah.

### **Gambar. II.3**

#### **Pelataran di dalam masjid**



Sumber: dokumentasi pribadi, 2017

Gambar tersebut adalah gambar pelataran bagian dalam masjid yang di kelilingi oleh lorong dengan kaligrafi-kaligrafi yang indah. Pelataran di dalam masjid tersebut identik dengan masjid-masjid yang berada di Timur Tengah seperti yang tertera pada buletin masjid mengenai penjelasan bentuk dan desain dari masjid ini. Pelataran tersebut terasa cukup panas untuk di injak dengan kaki telanjang pada siang hari.

Pengunjung atau jemaah tidak diperbolehkan menggunakan alas kaki ke dalam masjid. Semua alas kaki harus disimpan di tempat penitipan yang berbentuk loker menggunakan kartu penitipan untuk alas kaki. Tempat penitipan tersebut berada di bawah tanah atau dengan kata lain kita memasuki tangga menuju ke ruang penitipan di bawah masjid. Di ruangan tersebut sudah tersedia banyak loker dengan nomor-nomor. Di tempat penitipan tersebut terdapat 2 orang petugas penitipan, yang akan memberikan kita kartu penitipan sandal.

**Gambar. II.4**  
**Kartu Penitipan Sandal/Sepatu Masjid Kubah Emas**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

**Gambar II.5**  
**Halaman Luar dan Taman Masjid**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Pada bagian luar masjid juga terdapat halaman dan taman yang cukup luas dengan rerumputan yang hijau dan tumbuhan-tumbuhan kecil. Sayangnya untuk pepohonan yang rindang dan besar hanya beberapa saja di area masjid ini. Hal ini supaya kemegahan masjid dapat terlihat dari luar dan dari pintu masuk Masjid Kubah Emas itu sendiri.

Perkembangan masjid ini dari awal pembukaan tentunya dengan adanya fasilitas penunjang lainnya, seperti kubah emas fotografer dan toko souvenir. Rencananya masjid ini akan dijadikan suatu area terpadu yang disebut dengan

*Islamic centre*. Di dalamnya akan terdapat sarana pendidikan formal dan non formal, rumah sakit dan lainnya. Namun, hingga kini hal tersebut masih belum terealisasi dan Masjid Kubah Emas masih sama seperti sebelumnya dengan fasilitas penunjang untuk pengunjung.

Sampai saat ini masjid ini masih menggunakan keunikan serta kemegahan masjid sebagai salah satu daya tarik bagi pengunjung. Selain itu juga dengan halaman dan taman yang luas sebagai penunjang keindahan masjid ini. Serta terdapat beberapa villa dan rumah dari pemilik masjid yaitu Ibu Hj Dian yang berada di area Masjid Kubah Emas ini.

Rumah dari Ibu Hj Dian ini terlihat cukup besar dan sepi. Menurut penuturan dari pihak pengelola masjid, rumah tersebut bukanlah rumah tetap. Melainkan hanya rumah singgah ketika Ibu Dian maupun pihak keluarga ingin berkunjung ke Masjid Kubah Emas ini. Oleh karena itu rumah ini dari luar terlihat tampak sepi dengan beberapa penjagaan dari petugas *security* tepat di gerbang rumah tersebut. Berikut adalah gambar dari rumah Ibu Hj. Dian selaku pemilik Masjid Kubah Emas ini.

**Gambar II.6**  
**Rumah Pemilik Masjid Di Kompleks Masjid Kubah Emas**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

### **2.2.2 Profil Organisasi Pengelola Masjid Kubah Emas**

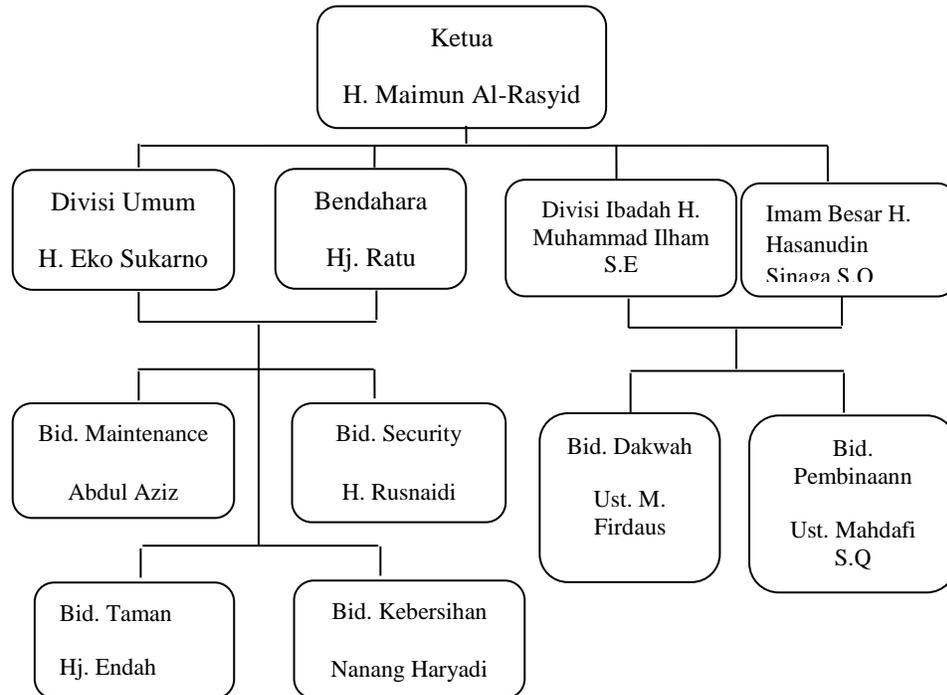
Masjid Kubah Emas dikelola secara teorganisir untuk memenuhi segala kebutuhannya. Terlebih Masjid Kubah Emas sebagai masjid yang besar dan cukup kompleks perawatan dan fasilitasnya selaku destinasi wisata religi bagi masyarakat. Oleh karena itu butuh diatur dan dijalankan dengan sedemikian rupa. Tentunya dengan dipimpin oleh seorang ketua dan di bawah oleh beberapa kepala divisi, bendahara, sekretaris, dan imam besar untuk memenuhi segala keperluan masjid. Struktur organisasi kepengurusan atau pengelola masjid dapat dilihat pada skema organisasi masjid.

Skema organisasi Masjid Kubah Emas ini sama dengan skema kepengurusan atau sebuah organisasi. Organisasi ini telah mengalami pergantian anggota dan kepengurusan dari awal peresmiannya untuk umum. Tetapi hal tersebut tidak berlaku bagi jabatan ketua pengurus atau ketua organisasi ini. Karena ketua di sini adalah pemilik dari masjid ini.

Struktur organisasi memperlihatkan ketua Organisasi pengurus masjid adalah H Maimun Al-Rasyid selaku dari pemilik Masjid Kubah Emas ini. Di bawah ketua kemudian terdapat bendahara yaitu Hj. Ratu Ayu Novianti, divisi umum, divisi ibadah dan imam besar. Divisi umum disini membawahi berbagai bidang seperti bidang *maintenance*, bidang pertamanan, bidang *security* atau keamanan, serta bidang kebersihan. Divisi umum disini dikepalai oleh H. Eko Sukarno.

## Skema II.1

### Struktur Kepengurusan Masjid Kubah Emas



Sumber: diolah oleh penulis, 2017

Divisi ibadah berhubungan langsung dengan imam besar Masjid Kubah Emas untuk mengatur dan membicarakan mengenai kegiatan religius yang ada di masjid ini. Serta para imam untuk sholat 5 waktu maupun sholat Idul Fitri dan Idul Adha. Tak lupa juga beragam kegiatan dakwah pada malam hari dan hari-hari Islam. Divisi ibadah dikepalai oleh H. Muhammad Ilham, S.E. Sedangkan imam besar di masjid Kubah Emas ini adalah H. Hasanudin Sinaga, S.Q. Baik itu divisi ibadah dan imam besar, keduanya memegang tanggung jawab terhadap bidang pembinaan dan bidang dakwah yang ada pada masjid ini.

Semua struktur serta pembagian divisi maupun bidang yang ada pada masjid ini agar terjadi keteraturan dan kepengurusan masjid yang baik. Bukan hanya untuk lingkungan masjid itu sendiri, namun juga bagi para jemaah maupun pengunjung yang datang ke Masjid Kubah Emas. Terlebih dengan berbagai macam keistimewaan yang dimiliki oleh masjid ini. Sehingga masjid ini dilihat sebagai destinasi wisata religi yang cukup terkemuka. Baik para petinggi pengelola dalam struktur organisasi maupun para pekerja dibawahnya merupakan campuran masyarakat sekitar dan juga masyarakat luar Meruyung. Seperti yang dikemukakan oleh Bapak Karno selaku divisi umum mengenai para pekerja yang berada di Masjid Kubah Emas ini.

“...ya warga sekitar sini juga ada ya kaya tukang kebun sama tukang jaga parkir ada beberapa yang warga sini, ada juga yang dari Cinere tapi ya engga jauh-jauh. Palingan yang jauh ya kaya ketua-ketua divisinya ada yang rumahnya di Ciputat. Kalo saya sendiri si ya masih wilayah Depok sini, di Gandul jadi ya deket karena harus setiap hari ke masjid.”<sup>38</sup>

Pengelola masjid terlihat mempersepsikan diri mereka pada masjid ini sebagai pekerjaan. Hal tersebut karena mereka datang setiap hari dan menggantungkan perekonomiannya dari hasil mengelola Masjid Kubah Emas ini. Begitu juga dengan para pekerja di bawah pengelolaan organisasi tersebut, seperti masyarakat sekitar yang bekerja sebagai tukang kebun maupun karyawan lainnya pada Masjid Kubah Emas ini.

---

<sup>38</sup> Wawancara dengan Bapak Karno (Pengelola Kepala Divisi Umum) pada 22 April 2017

### 2.2.3 Gambaran Kegiatan Religi Masjid Kubah Emas Selaku Destinasi Wisata

Selaku masjid yang besar dan mampu menarik animo masyarakat untuk datang, masjid ini memiliki berbagai macam kegiatan dan acara yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan masjid ini sudah menjadi suatu destinasi wisata religi di Depok. Sebagai simbol keagamaan, masjid ini harus bisa menyelenggarakan kegiatan yang bertajuk religi dan mampu menyejukan rohani para pengunjung yang datang. Seperti fungsi dari masjid itu sendiri sebagai tempat ibadah.

Berbagai kegiatan dan program yang dilaksanakan oleh Masjid Kubah Emas ini diantaranya seperti kegiatan sholat 5 waktu, sholat jumat, sholat sunah, pengajian mingguan rutin, kegiatan dakwah, buka bersama saat ramadhan serta pengajian di hari-hari besar Islam. Tak lupa juga masjid ini melaksanakan pemotongan hewan kurban pada saat Idul Adha yang diselenggarakan langsung dari keluarga pemilik masjid. Berikut adalah tabel program kegiatan Masjid Kubah Emas:

**Tabel. II.1**  
**Kegiatan Rutin Masjid Kubah Emas**

No.	Nama Kegiatan	Waktu
1.	Pengajian Rutin	Rabu, Sabtu, Minggu: 10.00 WIB
2.	Pengajian Kitab Riyadhus Salihin	Bada shalat Dzuhur setiap minggu kedua
3.	Pengajian Kitab Bidaytul Hidayah	Selasa malam Rabu setiap Minggu kedua
4.	Istiqosah dan Tausyiah	Minggu ketiga: 09.00 WIB
5.	Kultum Bada ashar	Setiap Hari
6.	Kegiatan Ramadhan: zakat, buka puasa bersama, itiqaf, sholat Ied.	Setiap Bulan Ramadhan (waktu ditentukan)

Sumber: Diolah oleh penulis, 2017

Untuk berbagai kegiatan kerohanian atau religi seperti yang tertera pada di tabel diatur langsung oleh pihak pengelola untuk jadwal dan waktu pelaksanaanya. Sehingga pengunjung ataupun jemaah hanya tinggal mengikuti kapan waktu yang biasanya tertera di spanduk maupun baliho di sekitar masjid. Kegiatan ramadhan pun waktu menyesuaikan dengan bulan ramadhan itu sendiri. Terkecuali dengan kegiatan itikaf dan buka puasa bersama yang hanya dilakukan setiap minggu akhir bulan ramadhan.

Selain kegiatan rutin tersebut, terdapat juga program manasik umrah dan haji yang dilakukan oleh Yayasan KBBIH Dian Al-Mahri. Serta kegiatan lainnya seperti pernikahan, kunjungan sekolah anak-anak sekolah dasar maupun taman kanak-kanak (*fieldtrip*). Waktu pelaksanaan untuk kegiatan seperti manasik umrah, manasik haji, dan pernikahan baik itu akad dan resepsi dapat disesuaikan dengan tanggal pihak yang ingin melakukan kegiatan tersebut kepada pihak pengelola Masjid Kubah Emas.

### **2.3 Gambaran Umum Masyarakat Sekitar Lokasi Masjid Kubah Emas, Kelurahan Meruyung**

Kelurahan Meruyung adalah salah satu kelurahan yang terdapat di kota Depok, Jawa Barat. Di kelurahan Meruyung ini terdapat salah satu masjid yang cukup besar dan menjadi daya tarik wisata religi daerah Depok. Masjid tersebut adalah Masjid Kubah Emas yang terletak tepat di Jalan Meruyung Raya. Karena lokasi masjid yang berada di pinggir jalan, maka mudah dilihat dan diketahui oleh masyarakat.

**Gambar II.7**  
**Peta Lokasi Kelurahan Meruyung**



Sumber: Google Map, 2017

Kelurahan Meruyung tidak terlalu luas dibandingkan dengan kelurahan lainnya di Kecamatan Limo Depok. Di kelurahan ini terdapat 15 Rukun Warga yang tersebar secara acak. Kelurahan ini berbatasan langsung dengan Kecamatan Cinere di sebelah utara dan Kelurahan Grogol di sebelah selatan. Kelurahan Meruyung berada di sekitar Jalan Meruyung Raya yang berfungsi sebagai jalan alternatif dari Depok atau Bogor menuju Jakarta via Cinere. Oleh karena itu kelurahan ini cukup ramai, terlebih saat hari libur maupun *weekend*. Ditambah lagi setelah adanya Masjid Kubah Emas yang membuat daerah ini semakin ramai.

Lebih lanjut daerah kelurahan Meruyung yang berada di sekitar Masjid Kubah Emas juga memiliki kepadatannya sendiri. Hal tersebut seperti banyaknya rumah makan di sepanjang Jalan Meruyung Raya yang hampir mendekati lokasi masjid. Kemudian terdapat banyak pedagang kaki lima di sekitar masjid yang berjualan dan menggantungkan nasibnya. Rata-rata mereka adalah warga kelurahan Meruyung yang menggantungkan perekonomiannya dengan berjualan.

Masyarakat sekitar masjid pun terlihat memanfaatkan masjid sebagai suatu ikon destinasi wisata religi yang ramai dikunjungi masyarakat sebagai lahan ekonomi mereka. Maka dari itu, mereka berusaha membuka usaha kaki lima mereka di sekitar masjid. Selain itu juga berbagai rumah makan yang berada di sepanjang jalan dan juga mini market yang begitu banyak menjamur. Meskipun kehidupan masyarakat Meruyung yang terlihat dinamis karena pekerjaan mereka yang beragam dan perpindahan penduduk yang tak tentu, baik dari luar daerah Meruyung dan sebaliknya.<sup>39</sup>

Kelurahan Meruyung sebelumnya tidak terlalu dikenal oleh banyak orang. Begitu juga dengan Jalan Meruyung Raya, tempat Masjid Kubah Emas berada sepi dan sulit untuk diakses karena hanya sebagai jalan alternatif menuju Jakarta via Cinere. Akses angkutan pun hanya ada 1 trayek angkot hingga Cinere. Begitu juga dengan perumahan atau pemukiman bergaya cluster atau kompleks yang memasarkan dengan semboyan dekat Masjid Kubah Emas. Selain perumahan juga seperti rumah makan maupun mini market yang awalnya sedikit menjadi banyak dan menjamur di sepanjang Jalan Meruyung Raya. Sepanjang jalan hanya ramai akan anak-anak muda bermain motor ketika malam.

Setelah adanya Masjid Kubah Emas dan membuat jalan Meruyung Raya serta kelurahan Meruyung cukup ramai. Kehidupan masyarakat pun cukup dinamis dengan

---

<sup>39</sup> Portal Resmi Pemerintah Depok, Kelurahan Meruyung dalam <http://www.depok.go.id/instansi/kelurahan> diakses pada 28 april 2017

banyaknya masyarakat luar yang melewatinya dan menuju ke Masjid Kubah Emas. Angkutan Umum pun kini lebih cepat dan lebih banyak, selain itu transportasi lainnya pun mulai banyak bertebaran seperti ojek online, taksi, maupun ojek konvensional dan juga kendaraan pribadi. Semua hal tersebut berdampak kepada kehidupan masyarakat dan membuka peluang usaha. Terlebih disekitar Masjid Kubah Emas dengan membuka toko maupun kaki lima. Seperti penuturan oleh salah satu warga kelurahan Meruyung yaitu Bapak Seli.

“sebenarnya si kalo dibilang rame ya rame ya de dulu mah, cuma ya gitu ramanya sama anak-anak pada maen ngetrek motor kalo malem itu juga jarang si. Ya paling keliatan bedanya sekarang rame pada mau ke kubah mas, banyak mobil motor bis, angkot juga bikin rame jalanan kalo mau nyebrang ngeri. Ini juga ni tadinya engga ada alfamart sama indomart sama distro-distro ini bejejer, tadinya ya kosong banyak kebun pinggir jalan, sekarang banyak beginian, sama perumahan juga. Tapi enak si jadi bisa namhah usaha buat yang mau dagang di luaran masjid, kalo sabtu minggu rame banget”<sup>40</sup>

Seperti yang dikemukakan Bapak Seli bahwa banyak yang membuka usaha mereka di sekitar masjid dan Jalan Meruyung Raya. Selain itu, masyarakat sekitar masjid juga banyak yang bekerja di Masjid Kubah Emas ini. Mereka bekerja sebagai petugas keamanan, tukang kebun, penitipan sandal dan hal-hal lainnya yang ada pada masjid ini. Seperti yang dikemukakan oleh pengelola masjid bagian divisi umum yaitu Bapak Karno.

“...ya pekerja yang ada di masjid ini kebanyakan itu masyarakat sekitar ya, kaya petugas penitipan sandal di bawah itu ibu-ibu orang Meruyung. Tukang parkir juga, tukang kebun rata-rata orang meruyung yang bekerja disini, mereka naik sepeda atau jalan kaki tapi ada juga yang naik angkot, ya kita masjid mau memberdayakan masyarakat sekitar dulu biar sejahtera”<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Wawancara dengan Bapak Seli (salah satu warga sekitar Masjid Kubah Emas) pada 18 juni 2017

<sup>41</sup> Wawancara dengan Bapak Karno (Pengelola kepala divisi umum) pada 22 april 2017

Masyarakat sekitar masjid meskipun tidak semua, tetapi masih ada sebagian masyarakat yang mengandalkan perekonomian kehidupannya di masjid ini. Pengelola masjid pun beranggapan untuk dapat memberdayakan masyarakat sekitar masjid terdahulu. Hal tersebut terlihat dengan pekerja yang berada di masjid ini maupun para pedagang kaki lima di sekitar Masjid Kubah Emas ini. Selain itu juga Jalan Meruyung Raya seperti urat nadi perekonomian yang mulai tumbuh setelah adanya Masjid Kubah Emas ini.

#### **2.4 Agama Mayoritas Dan Afiliasi Keagamaan Masyarakat Sekitar Masjid**

Agama mayoritas penduduk di Kota Depok adalah Islam, sama halnya dengan agama mayoritas penduduk di Indonesia. Penduduk beragama Islam tersebut tersebar di semua kecamatan yang ada di Kota Depok. Begitu juga dengan jumlah masjid yang cukup banyak di daerah ini, terlebih di sekitar Masjid Kubah Emas ini juga terdapat beberapa masjid. Hal tersebut karena banyaknya jumlah penduduk beragama Islam.

Agama mayoritas di Depok ini dilihat sebagai potensi pasar umat beragama bagi Masjid Kubah Emas dalam skala yang kecil. Sedangkan skala besarnya adalah mayoritas Indonesia yang juga beragama Islam. Sama halnya dengan Depok dan Indonesia, di Kelurahan Meruyung itu sendiri juga agama mayoritasnya adalah Islam yang dilanjutkan dengan Kristiani. Dapat dilihat pada tabel, dimana Kelurahan Meruyung berada di dalam Kecamatan Limo.

Seperti yang tercantum pada tabel berikut ini mengenai jumlah penduduk di Kota Depok berdasarkan agama yang dianutnya:

**Tabel. II.2**  
**Jumlah Penduduk Depok Berdasarkan Agama**

No Kode	Kecamatan / District	Islam / Moslem	Protestan/ Protestant	Katolik/ Catholic	Hindu/ Hindu	Budha/ Budha	Khongh ucu	Jumlah/ Total
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
010	Sawangan	153.337	3.127	734	252	301	2	157.753
020	Pancoran Mas	140.775	247.420	8.215	11.079	1.464	1191	410.144
030	Sukmajaya	224.621	21.971	15.400	1.378	2.392	-	265.762
040	Cimanggis	389.677	20.669	10.077	1.821	2.301	-	424.545
050	Beji	105.049	8.486	3.410	806	1.059	-	118.810
060	Limo	104.028	6.522	4.644	145	1.226	-	116.565

Sumber: BPS dalam Laporan Depok dalam Angka/Statistic of Depok Municipality, 2010

Berdasarkan tabel tersebut terlihat agama penduduk paling banyak di Kota Depok adalah Islam dan dilanjutkan oleh Protestan di urutan kedua. Jika di jumlah keseluruhan jumlah penduduk yang beragama Islam yang berada di Kota Depok yaitu 1.117.487 jiwa. Selanjutnya di urutan kedua Protestan dengan jumlah 308.195 jiwa.

Dari tabel dan data tersebut dapat terlihat jumlah penduduk yang beragama islam cukup banyak. Data tersebut diambil pada sensus penduduk tahun 2010 di kota Depok. Tentunya setelah hampir 7 tahun berlalu penduduk beragama Islam masih menjadi mayoritas. Hal itu terlihat dari rentang antara jumlah agama Islam yang agama lainnya yang cukup jauh.

Jumlah penduduk yang beragama Islam di Kota Depok ini sebanding dengan jumlah masjid yang cukup banyak. Bukan hanya masjid tetapi juga mushola dan langgar yang digunakan untuk ibadah oleh umat islam terlebih di kota Depok. Pada data tahun 2010 jumlah masjid yang berada di Depok berjumlah 768, sedangkan langgar berjumlah 851 dan juga terdapat 1.086 mushola. Dan masih banyak lagi hingga tahun 2017 ini.

Hal tersebut terlihat dari masjid-masjid yang sedang dibangun. Seperti beberapa masjid yang masih dalam tahap pembangunan di dekat masjid Kubah Emas Depok tepatnya di Jalan Meruyung Raya dan kelurahan Grogol. Dari observasi peneliti sepanjang jalan sekitar Masjid Kubah Emas kurang dari 1 Km saja terdapat 6 masjid di pinggir Jalan Meruyung Raya. Masjid-masjid itu terdiri dari masjid yang sudah lama dibangun dan juga masjid baru atau masih dalam proses pembangunan.

Lebih lanjut Masyarakat Islam yang berada di Depok maupun Indonesia terdiri dari berbagai macam afiliasi di dalamnya. Afiliasi tersebut yang disebut dengan afiliasi keagamaan. afiliasi keagamaan adalah golongan-golongan yang mengatasnamakan suatu agama. Salah satunya afiliasi keagamaan Islam, seperti NU, Muhammadiyah, maupun lainnya.

Afiliasi keagamaan yang ada pada Masjid Kubah Emas ini tentunya merupakan afiliasi yang lebih mengarah kepada kebebasan dan tidak terlalu mengikat, meskipun tidak begitu tampak. Namun, afiliasi keagamaan pada Masjid

Kubah Emas ini dapat dilihat sebagai NU. Hal tersebut sesuai dengan kelonggaran pemilik, pengelola dan pekerja masjid yang menjadikan masjid ini sebagai suatu destinasi wisata religi.

### **BAB III**

## **PRODUKSI KOMODIFIKASI PADA MASJID KUBAH EMAS DIAN AL-MAHRI DEPOK**

Bab ini akan menjelaskan mengenai produksi komodifikasi pada Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri Depok. Bab ini terbagi menjadi tiga sub bab. Sub bab pertama akan membahas mengenai bentuk-bentuk komodifikasi apa saja yang terdapat pada masjid ini. Sub bab kedua akan menjelaskan mengenai masjid dan unsur religi sebagai komoditi utama wisata religi, dimana unsur religi dari masjid yang mampu menarik perhatian masyarakat dan dijadikan sebagai komoditi utama untuk wisata religi. Pada bagian ketiga akan membahas mengenai masyarakat beragama islam sebagai potensi pasar masjid kubah emas ini. Demikian dilakukan sebagai langkah untuk melengkapi penelitian sehingga informasi yang di dapat di lapangan tergambar dengan jelas.

### **3.1 Bentuk Komodifikasi pada Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri Depok**

Berbicara mengenai komodifikasi yang terjadi pada Masjid Kubah Emas tidak terlepas dari aspek ekonomi di dalamnya. Dalam membahas hal ini tidak terlepas dari pengertian komodifikasi agama itu sendiri seperti yang dikemukakan oleh Greg Fealy dalam tulisannya. Menurutnya komodifikasi agama adalah komersialisasi pada agama atau mengubah keimanan serta simbol-simbolnya menjadi komoditas yang dapat diperjual-belikan untuk mencapai keuntungan.<sup>42</sup> Komodifikasi masjid sebagai simbol

---

<sup>42</sup> *Greg Fealy and Sally White, Op.cit*, Hlm, 16.

keagamaan oleh pihak tertentu. Dan dalam membicarakan komodifikasi tentunya terdapat proses produksi, distribusi dan konsumsi melalui bentuk-bentuk komodifikasi itu sendiri.

Bentuk komodifikasi yang ada pada Masjid Kubah Emas ini secara garis besar terbagi menjadi dua yaitu wisata religi dan masjid sebagai tempat/venue acara. Wisata religi ini memiliki berbagai bentuk komodifikasi lainnya yang sekaligus menjadi fasilitas dan daya tarik tambahan bagi masjid. Tentunya dengan cara mengkomodifikasi masjid dan menyediakan berbagai macam fasilitas dari masjid itu sendiri serta merubah fungsi dan peran masjid. Semua hal tersebut sengaja diproduksi dan dikemas sedemikian rupa untuk menjadi suatu destinasi wisata yang menarik.

### **3.1.1 Bentuk Komodifikasi Masjid Sebagai Wisata Religi**

Bentuk komodifikasi masjid yang pertama yaitu wisata religi. Dikatakan sebagai wisata religi dengan adanya berbagai macam fasilitas yang sengaja dikemas sebagai penunjang tempat wisata dan juga unsur religi sebagai daya tarik pasar. Wisata religi ini tidak begitu saja tersedia, namun diproduksi oleh pihak-pihak tertentu dan juga diiklankan atau dipasarkan agar dapat dikonsumsi oleh masyarakat.

Berbagai bentuk komodifikasi dalam wisata religi tersebut adalah sebagai berikut:

## 1. Penjual Makanan, Minuman dan Souvenir pada Masjid Kubah Emas

Salah satu bentuk komodikasi pada masjid ini adalah dengan adanya kantin atau dalam petunjuk fasilitas di masjid ini disebut dengan *Cafeteria Kubah Emas*, dan toko souvenir Masjid Kubah Emas. Kantin dan toko souvenir masjid ini terletak di dalam area masjid Kubah Emas. Lebih tepatnya berada di belakang aula serba guna masjid, jika melihatnya dari arah depan atau pintu masuk utama masjid. Kantin ini hanya menyediakan makanan dan minuman ringan, lebih tepatnya kantin ini lebih terlihat sebagai mini market dengan jumlah 2 lantai. Sedangkan untuk toko souvenir berada tepat disamping kantin.

Toko souvenir tersebut berisikan berbagai macam pakaian muslim, tasbih, peci dan juga souvenir berbau keagamaan seperti gantungan kunci, cangkir dan lainnya yang menggunakan nama Kubah Emas atau gambar masjid Kubah Emas itu sendiri sebagai daya tarik utama. Selain itu juga terdapat beragam aksesoris maupun cangkir bernuansa warna emas dan religius. Semua benda tersebut sengaja diproduksi dan dipasarkan dengan label Masjid Kubah Emas sebagai ikon utamanya dan daya tarik pasar.

Menurut penuturan pihak pengelola, yaitu Bapak Karno selaku Kepala Divisi Umum masjid. Kantin dan toko souvenir ini bertujuan untuk memudahkan dan memberikan pelayanan kepada pengunjung yang datang. Selain itu, kantin dan toko

souvenir yang ada pada Masjid Kubah Emas ini dikelola bersama dengan sistem bagi hasil kepada pihak yang mengelola kedua tempat tersebut.

“...Itu semua dikelola dengan sistem bagi hasil ya mba sama bagian yang pegang itu semua, kaya sama kantin dan toko sopenir itu semua di bagi hasil sama rata mba, dan uangnya digunakan oleh pengelola untuk masjid”<sup>43</sup>

Menurut wawancara tersebut, pengadaan kedua tempat tersebut kerjasama antara pihak pengelola masjid dengan pihak pengelola tempat tersebut. Segala macam urusan kantin ini dikelola oleh pengelola kantin dan kemudian hasil pendapatannya akan dibagi rata menggunakan sistem bagi hasil dengan pengelola masjid. Dan hasil dari profit tersebut sepenuhnya akan digunakan untuk pemeliharaan masjid ini. Begitu juga kerja sama dengan pihak toko souvenir.

Namun, pendapat tersebut sedikit berbeda dengan yang diucapkan oleh penjaga kantin tersebut selaku salah satu pekerja kantin masjid ini. Penjaga kantin ini menuturkan bahwa ia dan kedua rekannya bukan pengelola kantin melainkan hanya pegawai atau karyawan yang digaji tiap bulannya. Ia tidak mengurus masalah pengeluaran dan pemasukan serta kemana uang keuntungan tersebut. Selanjutnya kantin ini dikelola dan dipegang langsung oleh anak pemilik masjid Kubah Emas ini. Terdapat perbedaan pendapat antara pihak pengelola dan pekerja kantin masjid ini.

“...saya bukan yang punya atau nyewa, disini kita cuma sebagai karyawan aja mba yang jagain , kita di gaji tiap bulan kan kita kerja disini. Kalau yang ngurusin uang keluar masuk, barang keluar masuk itu anaknya mba, iya anaknya pemilik masjid ini mba. Dia yang ngelola langsung, jadi kita engga tau ya namanya cuma kerja, kaya jaga toko aja.”<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Wawancara dengan Bapak Karno (Pengelola kepala divisi umum) pada 22 april 2017

<sup>44</sup> Wawancara dengan Nisa (Pekerja/pegawai kantin kubah emas) pada 22 April 2017

Kantin ini cukup ramai dan dikunjungi oleh para pengunjung yang ingin membeli makanan atau minuman. Hal tersebut karena tidak terdapat lagi tempat yang menyediakan makanan dan minuman di sekitar atau di dalam kompleks masjid. Terlebih ketika hari libur maupun hari keagamaan Islam yang membuat pengunjung membludak. Profit yang didapat dan dipegang langsung oleh pihak pengelola maupun keluarga pemilik Masjid Kubah Emas. Serta pengadaan kantin ini tentunya disengaja diproduksi untuk menjadikan masjid selaku simbol agama sebagai wisata religi.

Masjid sebagai destinasi wisata religi harus bisa memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik. Hal itu untuk kepuasan pengunjung dan juga pasar. Selain itu hal tersebut juga menambahkan profit dan mendapatkan keuntungan lain sebagai daya tarik wisata.

**Gambar III.1**  
**Kantin dan Toko Souvenir pada Masjid Kubah Emas**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Foto tersebut merupakan kantin masjid jika dilihat dari luar berupa bangunan berlantai 2. Di dalamnya terdapat rak-rak makanan kecil dan semi berat serta terdapat beberapa kulkas untuk minuman dingin. Tak lupa terdapat 2 kasir di dekat pintu

masuk kantin. Berikut foto pegawai toko yang juga informan mengenai pengelolaan kantin ini.

**Gambar III.2**  
**Pegawai Kantin atau *Cafeteria* Masjid Kubah Emas**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

## 2. Kubah Emas Fotografi

Salah satu yang diadakan pada masjid ini sebagai wisata religi adalah adanya Kubah Emas Fotografi. Kubah emas fotografi adalah layanan juru foto langsung cetak yang berada di Masjid Kubah Emas ini. Layanan foto ini di buat karena banyaknya pengunjung yang datang dari awal pembukaan masjid untuk umum. Tidak ketinggalan juga animo masyarakat akan masjid ini karena arsitekturnya. Oleh karena itu pengunjung yang datang tentunya ingin mengabadikan momen tersebut.

Sebagai salah satu destinasi wisata religi yang memiliki banyak pengunjung tentunya memiliki dan menyediakan layanan juru foto adalah hal yang menguntungkan. Terlebih karena daya tarik utama masjid ini adalah Kubah Emasnya yang membuat pengunjung berdatangan dan tentunya ingin mengabadikannya. Selain itu, juga menguntungkan bagi pihak pengelola wisata religi, juga memberikan

pelayanan kepada pengunjung yang ingin berfoto bersama keluarga, teman, maupun sendiri. Meskipun zaman sudah semakin canggih yang membuat *camera handphone* atau *smartphone* juga memiliki kualitas yang mumpuni. Masih banyak pengunjung yang menggunakan dan memanfaatkan layanan foto ini.

Harga yang harus dikeluarkan untuk sekali foto dan mendapatkan hasil satu lembar cetak foto adalah Rp.25.000. Sedangkan untuk ditambah dengan satu bingkai foto dengan menambah uang sejumlah Rp. 25.000. Dalam sehari, para juru foto dari Kubah Emas fotografi ini mampu memfoto sampai lebih dari sepuluh kali. Terlebih ketika hari libur dan weekend yang membuat masjid ini semakin ramai dan memiliki banyak pengunjung yang berfoto.

**Gambar III.3**  
**Hasil Cetak foto dari Kubah Emas Fotografi**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Foto di atas merupakan foto hasil cetakan dari juru foto Masjid Kubah Emas yang kemudian di foto kembali oleh penulis menggunakan *handphone*. Biasanya para juru foto tersebut akan langsung memfoto orang-orang atau pengunjung yang baru datang dan kemudian memasarkan hasilnya untuk dibeli. Namun, banyak juga yang

menawarkan terlebih dahulu untuk di foto dan di cetak. Juru foto ini layaknya berada di tempat wisata lainnya yang non religi.

### 3. Pedagang Kaki Lima di Lingkungan Masjid

Selain penjual souvenir dan kantin yang menggunakan ruko tersendiri, di kompleks masjid ini juga terdapat beberapa penjual makanan, minuman serta souvenir lainnya. Baik yang berada di depan pintu masuk atau gerbang utama masjid hingga parkir masjid, atau pedagang kaki lima. Maupun yang berada di gedung serba guna masjid dengan menggunakan meja-meja.

Penjual yang berada di aula gedung serba guna masjid biasanya menjual makanan dan minuman. Namun, tidak semua orang bisa berjualan di area masjid. Mereka sebelumnya harus meminta izin dulu kepada pihak pengelola masjid dan membayar uang tempat dan kebersihan perbulannya. Maka dari itu, penjual di aula masjid ini tidak sebanyak di pintu gerbang utama masjid yang notabene adalah pedagang kaki lima.

Alasan mengapa ada penjual di area aula GSG Masjid ini karena lokasi ini cukup banyak didatangi pengunjung untuk beristirahat. Para pengunjung biasa duduk-duduk atau bahkan tiduran untuk beristirahat dan menyantap makanan mereka. Aula ini cukup besar namun sayangnya kebersihan aula kurang terjaga karena banyaknya sampah berserakan dan bekas-bekas sisa makanan pengunjung.

**Gambar III.4**  
**Penjual Makanan dan Minuman di Aula GSG Masjid**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Biasanya pengunjung akan pergi ke kantin masjid untuk membeli makanan atau minuman, namun bagi sebagian orang yang merasa cukup lelah akan membeli makanan dan minuman disini. Meskipun tidak selengkap di kantin masjid. Seperti yang terlihat pada gambar III.5 dimana penjual makanan dan minuman di area GSG masjid yang hanya menggunakan meja-meja. Biasanya mereka menjual air mineral, makanan kecil seperti roti dan juga jus-jus dingin.

Untuk para pedagang kaki lima di sekitar gerbang utama masjid dan pinggir jalan sekitar masjid, mereka tidak dikenakan biaya. Mereka hanya perlu meminta izin dan kepada pihak *security* masjid. Mereka juga tidak menjajakan makanan, minuman dan barang dagangannya di dalam kompleks masjid. Melainkan di luar dan di pintu masuk gerbang utama masjid. Mereka yang berjualan disana kebanyakan adalah masyarakat sekitar masjid. Yaitu masyarakat kelurahan Meruyung, Depok.

#### 4. Karcis atau Tiket Masuk Kendaraan

Ketika membicarakan mengenai tempat atau destinasi wisata religi, tidak terlepas dari tiket masuk atau biaya yang harus dibayar untuk dapat memasuki tempat wisata. Di masjid Kubah Emas ini tidak memberikan tiket masuk untuk pengunjung yang datang. Hanya kendaraan dari pengunjung yang dikenakan tiket masuk dengan harga yang cukup beragam. Namun, sebagai masjid ia harusnya tidak menerapkan hal tersebut. Terlebih masjid adalah salah satu simbol agama yang sakral.

Harga tiket masuk untuk tiap kendaraan berbeda-beda. Dimulai dari kendaraan roda dua atau motor yang harus diparkirkan di area parkir motor. Area ini berada di bagian depan, tepat di samping pintu gerbang masuk utama masjid. Harga tiket masuk untuk motor ini sebesar Rp.5000. Harga tersebut sudah naik, tepat setahun yang lalu atau 2016 harga tiket parkir motor ini masih sebesar Rp. 3000.

Area parkir motor masjid ini mampu menampung hingga 1000 unit motor, sedangkan untuk mobil dan bus mampu mencapai 400 unit. Jumlah tersebut bisa bertambah dan membuka lahan parkir baru di dalam kompleks masjid ketika hari besar islam maupun lebaran. Jumlah pengunjung yang datang ketika weekend mampu mencapai 600 motor, sedangkan mobil mencapai 400 unit. Jumlah tersebut sudah termasuk bus-bus di dalamnya, biasanya terdapat 10 sampai 15 bus. Berbeda pada hari biasa yang hanya mencapai 100 motor, dan kurang dari 100 unit untuk mobil dan bus.

**Gambar III.5**  
**Tiket Masuk Kendaraan Roda Dua**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Harga tiket masuk untuk kendaraan berjenis mobil atau roda empat lainnya adalah sebesar Rp. 10.000. Sedangkan untuk kendaraan berjenis bus dikenakan tarif sebesar Rp. 50.000. Untuk mobil dan bus dapat masuk hingga ke dalam area kompleks. Sehingga pengunjung yang menggunakan mobil atau bus tidak perlu berjalan kaki untuk sampai ke masjid utama, karena dapat turun tepat di depan masjid. Hal tersebut lantaran area parkir mobil dan bus terletak di bagian belakang kompleks masjid.

Pihak pengelola masjid mengatakan pengadaan tiket masuk kendaraan ini lantaran saran dari pemerintah Kota Depok karena banyaknya kendaraan yang keluar masuk setiap harinya. Selain itu juga untuk membayar pajak dan retribusi kepada pemerintah Kota Depok. Seperti diketahui bahwa Masjid Kubah Emas ini sudah menjadi destinasi wisata religi Kota Depok dengan jumlah pengunjung yang cukup tinggi. Sehingga masjid ini pun perlahan menjadi sebuah peluang dan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan.

Berikut adalah tabel pendapatan dari biaya tiket masuk kendaraan atau parkir pada masjid ini:

**Tabel III.1**  
**Pendapatan Biaya Parkir Masjid Kubah Emas**

No.	Nama Kendaraan	Tarif Tiket/Parkir	Jumlah yang Masuk	Jumlah
1.	Motor	Rp. 5.000	600 unit	3.000.000
2.	Mobil	Rp. 10.000	400 unit	4.000.000
3.	Bus	Rp. 50.000	15 unit	750.000
Jumlah total pendapatan perhari				Rp. 7.750.000

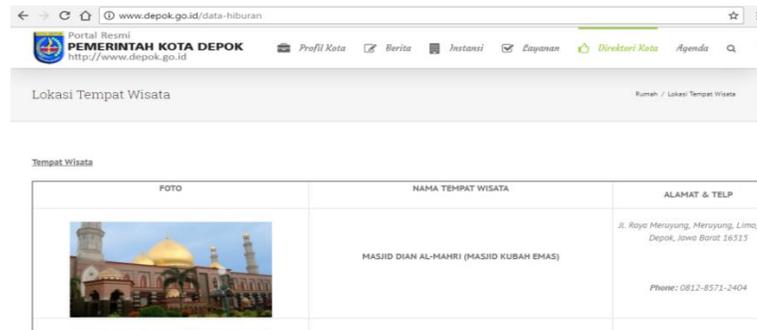
Sumber: Diolah oleh penulis, 2017

Perharinya masjid ini mendapatkan pemasukan sebesar Rp. 7.750.000, jumlah tersebut adalah pemasukan pada weekend dan hari-hari biasa. Berbeda ketika bulan ramadhan dan hari libur tiba, jumlah kendaraan yang masuk dapat mencapai 1000 unit motor bahkan lebih. Begitu juga untuk kendaraan seperti mobil dan bus. Meningkatnya jumlah kendaraan yang masuk itu berarti meningkat juga uang yang masuk atau pendapatan yang masuk.

Hal-hal tersebut adalah beragam bentuk yang ada pada wisata religi. Tak terluca wisata religi Masjid Kubah Emas ini menggunakan keunikan dan kemegahan masjid berupa simbol agama sebagai daya tarik utama pasar. Selain hal-hal tersebut yang menunjukkan masjid ini terkomodifikasi menjadi bentuk wisata religi adalah terlabelnya masjid ini dan dipromosikannya masjid ini. Promosi tersebut terdapat pada situs resmi pemerintah Kota Depok dan juga sudah terlabel pada mesin pencari seperti google sebagai suatu destinasi wisata religi yang terdapat di Kota Depok.

### Gambar III.6

## Promosi Masjid Kubah Emas Sebagai Wisata Religi pada Situs Resmi PEMKOT DEPOK



Sumber: Depok.go.id, 2017

Pada situs pemerintah Kota Depok terlihat Masjid Kubah Emas menjadi tujuan destinasi wisata nomor satu dengan wisata religinya. Kemudian dilanjutkan dengan Taman Wisata Pasir Putih yang berada di urutan kedua. Selain promosi dari pihak pemerintah juga terdapat promosi tersendiri dari pihak pengelola Masjid Kubah Emas tersebut. Promosi tersebut berupa plang petunjuk jalan menuju arah Masjid Kubah Emas.

Promosi ini bekerja sama dengan pihak swasta, salah satunya adalah provider komunikasi swasta yang ada di Indonesia yaitu Indosat. Sifat kerjasama ini temporer , yaitu pemasangan plang petunjuk jalan destinasi wisata hanya berlaku beberapa tahun. Kemudian akan dilepas kembali ketika sudah habis masa kerjasama kedua belah pihak tersebut. Pada awal tahun 2016 terlihat cukup banyak plang petunjuk Masjid Kubah Emas yang bekerjasama dengan indosat ini. Namun, kini hanya tersisa beberapa buah saja karena sudah habis masa kerjasama tersebut. Plang petunjuk jalan tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

**Gambar III.7**  
**Plang Petunjuk Jalan Masjid Kubah Emas**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Plang tersebut bertuliskan “*Masjid Kubah Emas 6,4 Km lagi*” dengan tulisan pendukung berupa promosi dari pihak provider terkait. Lokasi plang petunjuk ini terletak di Jalan Raya Sawangan, Pancoran Mas Depok. Sebelumnya terdapat banyak mulai dari sepanjang Jalan Raya Sawangan hingga Jalan Raya Muchtar Sawangan arah Parung, Bogor. Plang tersebut memberikan petunjuk akan lokasi destinasi wisata religi Kubah Emas dan jarak yang akan ditempuh para pengunjung.

### **3.1.2 Bentuk Komodifikasi Masjid Sebagai Venue Acara**

Bentuk komodifikasi kedua pada masjid ini adalah masjid sebagai tempat berlangsungnya suatu acara. Kompleks masjid ini dapat menjadi tempat beberapa kegiatan seperti akad nikah, resepsi pernikahan, *family gathering*, serta manasik umrah dan haji. Di kompleks masjid ini terdapat Gedung Serba Guna yang terletak tepat di samping masjid yang dapat digunakan untuk berbagai acara, salah satunya adalah resepsi pernikahan. Untuk mengadakan resepsi pernikahan pada Masjid Kubah

Emas ini dikenakan biaya mulai dari Rp.18 juta hingga lebih. Hal tersebut tergantung dari berapa lama waktu resepsi dan berapa luas area yang akan digunakan untuk resepsi pernikahan. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu pihak pengelola masjid Kubah emas.

“...ya disini juga ada pernikahan resepsinya, biasanya untuk biaya resepsi itu tergantung dari luas area sama lama waktu resepsi itu sendiri. untuk biaya ya kita engga bisa memberitahu ya mba, itu semua rahasia antara pihak pengelola sama yang mau menikah saja, untuk akadnya bisa di dalam masjid utama itu tapi pukul 7 sampai 9. Karena jam 9 kan masjid sudah mau di buka untuk umum”<sup>45</sup>

Menurut penuturan dari pihak pengelola untuk biaya dari penyewaan masjid untuk pelaksanaan pernikahan maupun akad itu dirahasiakan antara pihak pengelola dan pihak yang ingin menikah. Hanya diberitahu biaya tergantung dari luas serta berapa lama waktu resepsi. Untuk resepsi sendiri seperti yang sudah dibahas dimulai dari Rp.18 juta sedangkan untuk akad di masjid dikenakan biaya tambahan sebesar Rp.5 juta. Hal tersebut seperti yang dikemukakan oleh salah satu pekerja di masjid. Selain itu biaya ini juga terdapat pada situs penyewaan hotel ataupun villa.

Karena masjid Kubah Emas ini bukan hanya menyewakan aula serba guna dan masjid nya sebagai tempat akad dan resepsi pernikahan. Melainkan juga terdapat 3 buah villa di masjid ini yang dapat di sewakan mulai perharinya. Villa-villa tersebut disebut dengan villa 1, 2 dan 3. Ketiga villa tersebut terletak dalam kompleks Masjid Kubah Emas ini.

---

<sup>45</sup> Wawancara dengan Pak Karno (Pengelola Masjid Kubah Emas Kepala Bagian Divisi Umum) pada 22 April 2017

**Gambar III.8**  
**Salah Satu Villa Masjid Kubah Emas**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Villa-villa yang ada pada masjid ini dapat disewa mulai dari harian. Harga dari tiap villa ini berbeda, harga terendah dimulai dari 3 juta perhari hingga harga villa 3 yang paling mahal yaitu 8 juta perharinya. Villa tersebut dapat digunakan untuk acara lamaran, keluarga, maupun family gathering. Harga tersebut mungkin cukup mahal lantaran villa ini berada dalam satu kompleks dengan masjid kubah emas depok. Villa-villa ini juga menggunakan label Masjid Kubah Emas pada setiap promosinya maupun lokasinya di Maps untuk menarik minat pasar.

**Gambar III.9**  
**Nama Villa Masjid Kubah Emas pada Google Maps**



Sumber: Google Maps, 2017

Selain memiliki villa dengan menggunakan Masjid Kubah Emas sebagai daya tarik utamanya untuk pernikahan maupun acara lain dan juga masjid untuk akad serta resepsi pernikahan. Masjid ini juga digunakan untuk manasik umrah dan haji KBIH Dian Al-Mahri. KBIH ini merupakan jasa travel umrah dan haji yang menggunakan masjid Kubah Emas sebagai tempat manasik sebelum keberangkatan umrah maupun haji. Manasik tersebut dilakukan di halaman dalam masjid.

Semua kegiatan tersebut merupakan salah satu bentuk dari komodifikasi pada simbol agama, yaitu masjid ini. Karena semua hal tersebut menggunakan label atau nama Masjid Kubah Emas sebagai daya tarik utamanya dan tentunya hal tersebut mengkomodifikasi masjid sebagai simbol agama karena kemegahan dan keunikan dari masjid itu sendiri. Selain itu juga membuat masjid sebagai simbol agama yang mampu menarik perhatian pasar umat beragama dengan memiliki label atau brand keagamaan.

**Tabel III.2**  
**Daftar Agenda Acara di Masjid Kubah Emas**

No	Hari/ Tanggal	Nama	Kegiatan	Lokasi				ACC
				Masjid	Aula	Villa 2	Villa 3	
1.	Sabtu, 1/4/17	Gayatri	Nikah dan Resepsi	ok	ok	-	-	ok
2.	Minggu, 2/4/17	Kartika	Nikah	ok	-	-	ok	Ok
3.	Sabtu, 8/4/17	SMP Darojatul Ulum	Khotmul quran	-	ok	-	-	Ok
4.	Minggu, 9/4/17	KBIH Dian Al- Mahri	Manasik Umrah	ok	-	ok	-	Ok
5.	Minggu, 16/4/17	Subandara	Nikah	ok	-	ok	ok	Ok
6.	Minggu, 23/4/17	Galang	Nikah dan resepsi	ok	ok	-	-	Ok
7.	Minggu, 29/4/17	Feronika	Nikah dan resepsi	ok	ok	-	-	Ok

Sumber: Diolah oleh Penulis, 2017

Tabel tersebut adalah tabel kegiatan atau penyewaan yang ada pada Masjid Kubah Emas. Dalam satu bulan saja sudah terdapat 7 kegiatan yang beberapa diantaranya membayar dengan biaya diatas 10 juta rupiah untuk resepsi dan pernikahan. Tabel tersebut adalah tabel kegiatan di bulan April 2017 yang terlihat cukup terisi setiap weekend di bulan tersebut. Begitu juga dengan di bulan-bulan lainnya.

### **3.2 Masjid Dan Unsur Religi sebagai Komoditi Utama Wisata Religi**

Membahas mengenai komodifikasi agama, tentunya tak lepas dari unsur-unsur religi sebagai daya tarik dan modal utama. Begitu juga mengenai komodifikasi yang terjadi pada Masjid Kubah Emas ini. Berbagai macam unsur religi yang ada

sengaja dikemas dan diproduksi menjadi komoditi utama wisata religi. Sehingga mampu menarik perhatian pasar yang ingin dituju untuk mendapatkan keuntungan.

Sebagai wisata religi tentunya membutuhkan pasar untuk mengkonsumsi daya tarik wisatanya. Dalam hal ini, unsur religi seperti Masjid Kubah Emas selaku simbol keagamaan yang menjadi daya tarik dan komoditi utamanya. Masjid Kubah Emas adalah simbol agama Islam yang sama seperti masjid-masjid lainnya. Hanya saja masjid ini memiliki arsitektur yang berbeda dan terlihat cukup mewah dan megah dengan luas dan besarnya. Salah satu unsur religi yang menjadi komoditi utama disini adalah Kubah dari masjid tersebut yang terbuat dan dilapisi oleh Emas 24 karat.

**Gambar III.10**  
**Kubah Masjid Berlapis Emas 24 Karat**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Bangunan Kubah tersebut adalah daya tarik utama yang membuat masyarakat mendatangi Masjid Kubah Emas ini. Animo masyarakat sekitar yang cukup tinggi serta kemudahan penyebaran informasi yang serba cepat membuat masjid dengan kubah berlapis emas ini cukup cepat tersebar dan diketahui oleh masyarakat luas.

Terlebih ketika pemerintah Kota Depok telah memasukan dan menetapkan masjid ini sebagai salah satu destinasi wisata yang bertajuk wisata religi.

Masjid ini dibuat dengan arsitektur dan gaya yang berbeda dengan tujuan utama sebagai masjid keluarga. Namun, pada kenyataanya masjid ini diproduksi dan dikemas dengan menarik dan berbeda sebagai suatu komoditi yang menguntungkan oleh pemilik dan pengelola masjid. Masjid Kubah Emas semula adalah masjid keluarga yang sekarang menjadi suatu destinasi wisata dengan segala macam isi dan peraturan di dalamnya.

Sebagai masjid seharusnya mampu menjalankan fungsi utamanya dan dapat diakses oleh masyarakat luas kapanpun layaknya masjid pada umumnya. Tetapi saat ini Masjid Kubah Emas menjadi lebih eksklusif dengan peraturan dan persyaratan yang ada untuk mengunjunginya. Masjid yang seharusnya dapat dikunjungi kapanpun untuk melaksanakan ibadah seperti sholat, pengajian, itikaf maupun kegiatan ukhuwah islamiyah dan beribadah lainnya pun berubah, kini dibatasi dengan waktu kunjungan. Waktu kunjungan seperti masjid buka pada saat sholat subuh dan tutup pukul 07.00 WIB dan akan dibuka kembali pukul 09.00 ataupun 10.00 WIB hingga pukul 19.00 WIB. Selain waktu kunjungan harian itu juga terdapat hari libur yaitu pada hari kamis, masjid tidak dibuka sama sekali. Meskipun pada waktu sholat tetap tidak dibuka dengan alasan untuk perawatan dan persiapan sholat jumat keesokan harinya.

Selain masjid sebagai simbol agama yang menjadi aspek komoditi utama dari wisata religi, pihak pengelola juga harus memperhatikan berbagai unsur-unsur religi yang ada selain dari simbol agama itu sendiri. Unsur religi lainnya seperti pengajian rutin di Masjid Kubah Emas, dakwah atau ceramah dengan mengundang beberapa ustad dan ustadzah yang terkenal. Selain itu juga dengan berbagai acara islami lainnya. Semua itu ada sebagai suatu komoditi religi tambahan selain dari aspek bangunan masjid itu sendiri.

Tetap saja semua unsur religi seperti pengajian bersama, kegiatan dakwah serta kegiatan Islami lainnya dikemas menjadi satu kesatuan yang terkandung dalam aspek utama yakni Masjid Kubah Emas. Pihak pengelola tersadar akan masjid ini sebagai sebuah wisata religi tentunya juga harus dapat menyajikan hal-hal religi lainnya, sesuai dengan fungsi utama dari masjid itu sendiri. Oleh karena itu, terdapat satu divisi yang mengatur akan hal dakwah dan pengajian yang berkolaborasi dengan imam besar masjid kubah emas yaitu Bapak Haji Hasanuddin Sinaga S.Q.

Masjid Kubah Emas menjadi aspek besar komoditi karena berbagai macam bahan yang digunakan untuk membangun masjid tersebut. Masjid ini berlimangkan dengan berbagai unsur emas dan bahan lainnya. Selain itu juga dengan kemegahan dan gaya arsitektur Timur Tengah yang cukup berbeda dengan masjid lainnya yang ada di Indonesia. Semua hal tersebut menjadi sorotan utama masyarakat terutama kubah emasnya dan juga kemegahan bangunan berlapis emas maupun sisa emas.

Selain itu lapaz Allah dan juga kaligrafi nan indah di dalam masjid yang terbuat dan terlapisi oleh bahan emas terlihat cukup indah nan megah. Hal tersebut menjadi suatu tambahan daya tarik yang dimiliki oleh masjid ini. Semua hal tersebut adalah unsur religi agama Islam yang terkomodifikasi. Banyak pengunjung yang datang karena penasaran dan ingin melihat kemegahan masjid yang memiliki kubah emas dan bahan-bahan yang dilapisi emas. Dan juga untuk melaksanakan ibadah di dalam masjid yang megah dan unik ini.

“Beribadah dan sekalian karena saya beserta keluarga penasaran sama masjid kubah emas ini. Katanya kan masjid ini dari emas udah gitu masjidnya juga megah dan besar”<sup>46</sup>

Kutipan wawancara tersebut adalah wawancara dengan salah satu pengunjung Masjid Kubah Emas. Rasa penasaran dari masyarakat yang ingin mengetahui mengenai masjid yang memiliki Kubah Emas ini yang menjadi alasan mereka mengunjungi masjid tersebut. Sekaligus untuk bisa melaksanakan ibadah di masjid yang cukup berbeda dari masjid yang ada pada umumnya. Pihak pengelola masjid pun tersadar akan hal tersebut dan tentunya menjaga dan melakukan pemeliharaan pada masjid ini. Kesadaran akan menariknya masjid ini selaku destinasi wisata religi, yang membuat pemilik maupun para pengelola masjid sebagai aktor yang melakukan komodifikasi di balik fenomena Masjid Kubah Emas ini.

Selain masjid sebagai simbol agama dan tempat untuk beribadah sebagai unsur religi andalan di dalamnya. Pihak pengelola membuat berbagai unsur religi

---

<sup>46</sup> Wawancara dengan Renita (pengunjung masjid kubah emas) pada 22 April 2017

lainnya muncul dengan menggunakan label masjid ini. Unsur religi lainnya seperti pelaksanaan akad nikah yang dilakukan di Masjid Kubah Emas. Pernikahan merupakan salah satu ibadah kepada Allah SWT dalam islam. Pernikahan atau akad nikah ini juga merupakan salah satu pemasukan besar bagi masjid kubah emas. Karena dalam melakukan akad nikah di masjid Kubah Emas ini pengelola mengenakan biaya tersendiri, terlebih resepsi pernikahan yang mengeluarkan biaya penyewaan yang lebih besar. Meskipun begitu pernikahan terkesan mewah karena mengedepankan lambang atau label Masjid Kubah Emas. Seperti beberapa artis tanah air yang melangsungkan pernikahan di Masjid ini, salah satunya adalah Ola Ramlan.

Masjid ini juga menyediakan dan mengadakan kegiatan religius lainnya seperti pengajian, dakwah dan ceramah. Pemberitahuan mengenai pengajian ataupun ceramah yang terdapat di Masjid Kubah Emas ini disampaikan oleh pihak pengelola melalui pamphlet atau baliho di pinggir jalan. Selain baliho juga melalui media sosial berupa facebook Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri. Semua itu merupakan usaha untuk menarik pengunjung datang ke masjid ini. Tidak lengkap masjid sebagai wisata religi tanpa ada kegiatan-kegiatan bernuansa religi seperti pengajian maupun hal lainnya.

Berbagai macam unsur religi tersebut menjadi komoditi yang utama bagi pihak pengelola. Unsur religi yang sarat akan makna dan kesakralan tersebut dikemas menjadi suatu komoditi. Terlebih masjid selaku simbol agama yang sakral dan tempat untuk melaksanakan kewajiban beribadah umat Islam itu sendiri. Unsur religi baik itu

bangunan masjid yang menjadi daya tarik dan komoditi utama, selaku wisata religi tentunya akan terus berinovasi untuk menarik pasar.

Guna melengkapi fasilitas dan mengurangi kejenuhan para umat yang datang. Pengelola memproduksi atau membuat fasilitas lainnya. Hal tersebut juga mampu memberikan keuntungan tambahan. Seperti adanya layanan atau jasa fotografer lepas kubah emas fotografi, kantin/*cafeteria*, toko souvenir, penyewaan tempat atau gedung dengan bertajuk Masjid Kubah Emas dan juga mendatangkan para tokoh agama terkenal. Semua itu dibuat selaku Masjid Kubah Emas sebagai destinasi wisata religi dan secara laten merupakan produksi komodifikasi masjid sebagai simbol agama.

### **3.3 Masyarakat Beragama Islam Sebagai Potensi Pasar Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri Depok dalam Wisata Religi**

Membicarakan mengenai wisata religi, tidak terlepas dari suatu pasar sebagai konsumen dari wisata tersebut. Selayaknya wisata lainnya, wisata religi ini juga termasuk ke dalam industri pariwisata yang membutuhkan pasar sebagai konsumen dari wisata yang disajikan tersebut. Dalam membicarakan mengenai potensi pasar dari wisata religi ini tentunya harus memiliki target pasar. Target pasar yang sesuai dengan suatu produk yang dijual.

Kubah Emas sebagai wisata religi tentunya juga memiliki target pasar sebagai konsumennya. Target pasar bagi Masjid Kubah Emas selaku wisata religi adalah umat Islam. Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk beragama

Islam yang cukup banyak dan tersebar dari Sabang hingga Merauke. Jumlah penduduk beragama Islam yang cukup banyak di Indonesia ini disebut dengan potensi pasar umat beragama.

Sebagai wisata religi tentunya menyediakan unsur religi sebagai suatu hal yang dapat dikonsumsi pasar. Oleh karena itu, pasar dari wisata religi ini adalah masyarakat beragama Islam. Terlebih Masjid Kubah Emas ini sebagai tempat ibadah dan simbol agama yang suci bagi umat muslim. Sehingga berpotensi lebih besar umat muslim untuk mengunjungi destinasi wisata religi ini. Selain itu, peraturan yang dimiliki masjid ini menunjukkan cukup banyak sisi keislaman seperti perempuan yang hendak memasuki masjid harus mengenakan hijab atau menutup auratnya. Itu berarti target utama pasar dari masjid ini adalah umat Islam. Meskipun tidak menutup kemungkinan terdapat pengunjung non-muslim yang mengenakan hijab hanya untuk bisa masuk ke Masjid Kubah Emas ini.

Potensi pasar untuk wilayah Depok cukup besar, terlebih ketika hari raya umat Islam ataupun bulan ramadhan. Semua itu karena jumlah penduduk beragama Islam masih berada di urutan pertama dan menjadi agama mayoritas di Depok. Sehingga pasar di wilayah Depok sendiri saja cukup banyak dan besar. Ditambah dengan masjid ini cukup dekat dan memiliki akses yang mudah dari Jakarta, Tangerang dan Bogor yang juga memiliki mayoritas penduduk beragama Islam yang cukup banyak. Masjid ini akan terlihat ramai dan padat dikunjungi oleh para wisatawan baik lokal maupun luar daerah ketika weekend. Begitu juga pada saat

weekday, namun akan terasa lebih penuh ketika hari libur dan hari raya keagamaan Islam. Berikut adalah gambar dari para pengunjung di Masjid Kubah Emas.

**Gambar III.11**  
**Pengunjung Masjid Kubah Emas**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Umat beragama Islam sebagai potensi pasar utama wisata religi masjid ini membuat pihak pengelola menyediakan beragam kegiatan religi. Semua itu dilakukan selayaknya masjid sebagai tempat ibadah bagi umat Islam. Sebagai rumah ibadah dan simbol agama Islam yang cukup menarik dengan gaya arsitekturnya, pihak pengelola juga tidak lupa untuk memberikan berbagai macam kegiatan religi di dalamnya. Semua itu dilakukan untuk menarik target pasar umat Islam yang ada.

Selain itu, umat Islam sebagai potensi pasar juga didukung dengan adanya tren wisata religi yang kian berkembang dan diminati oleh masyarakat. Semua itu dilakukan karena masyarakat ingin mendapatkan ketenangan spiritual maupun mendekatkan diri dengan Tuhan YME. Kejenuhan kehidupan dan kebutuhan akan siraman rohani yang mendukung masjid ini sebagai suatu destinasi wisata dengan potensi pasar umat Islam.

“...jalan-jalan sekalian beribadah, capek kan ya kalo jalan-jalan ke tempat wisata kaya pemandangan alam atau dufan begitu ya, pengen lebih dekat ke Allah SWT dengan beribadah, lagian juga ini masjidnya bagus unik. Bisa ibadah sekaligus refreshing, foto-foto juga bagus spotnya disini”<sup>47</sup>

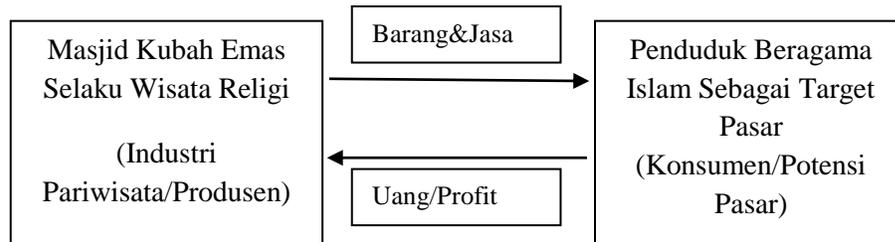
Kutipan wawancara tersebut adalah salah satu wawancara dengan pengunjung Masjid Kubah Emas mengenai alasan ia mengunjungi masjid tersebut. Terlihat tren wisata religi disini mulai diminati masyarakat yang butuh akan unsur religi dalam upaya mendekati diri ke Tuhan YME. Oleh karena itu, umat Islam dan jumlahnya yang cukup banyak di Indonesia menjadi target pasar utama dari Masjid Kubah Emas selaku wisata religi ini.

Sebagai suatu destinasi wisata religi ini memiliki hubungan dengan pasar layaknya jual-beli suatu barang. Namun yang disediakan di sini bukan hanya barang seperti souvenir tetapi juga jasa selayaknya suatu destinasi wisata lainnya. Hanya saja mengedepankan dan mengandalkan simbol agama dan unsur religi yang disediakan untuk pasar. Jumlah penduduk beragama Islam yang cukup banyak dan juga Islam sebagai agama mayoritas di Indonesia, serta begitu banyak hari-hari Islam yang dirayakan di Indonesia membuat wisata religi bertajuk simbol agama Islam ini sangat cocok dan memiliki begitu banyak peluang atau potensi di Pasar.

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan Wicak (pengunjung masjid kubah emas) pada 22 April 2017

**Skema III.1**  
**Hubungan Potensi Pasar Umat Beragama Islam dengan Kubah Emas**  
**Sebagai Wisata Religi**



Sumber: Diolah oleh Penulis, 2017

Skema tersebut menggambarkan hubungan antara produsen dan konsumen yang ada di pasar. Khususnya adalah hubungan antara umat agama Islam dengan wisata religi Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri ini. Dari hal tersebut terlihat terdapat faktor ekonomi pada Masjid Kubah Emas selaku wisata religi ini. Selain itu, dari skema itu terlihat adanya timbal balik yang didapat oleh kedua belah pihak. Baik itu Masjid Kubah Emas atau pihak pemilik dan pengelola dengan Umat Islam selaku potensi pasar dari wisata religi ini.

Karakteristik masyarakat Islam di Indonesia yang cukup konsumtif juga berperan terhadap potensi pasar wisata religi ini. Selain itu, konsumsi simbol maupun nilai-nilai keagamaan merupakan ekspresi keimanan individu yang kian berubah seiring dengan perkembangan zaman. Individu mengekspresikan dirinya sebagai makhluk yang beragama bukan hanya melalui ibadah namun juga berwisata dan berkunjung ke tempat religius. Seperti masyarakat Islam Indonesia yang gemar mengekspresikan dan mengkonsumsi keislaman dalam berbagai aspek. Hal tersebut

seperti yang dikemukakan oleh Greg Fealy dalam tulisannya yang berjudul *Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietsm in Indonesia* menjelaskan bagaimana komodifikasi terhadap Islam dalam berbagai aspek, mulai dari bank, pariwisata, fashion, dakwah, hingga sms doa, membuat ekspresi keimanan pada era globalisasi sekarang mengalami perubahan.

Mulai dari awal pembukaan Masjid Kubah Emas ini yang memiliki animo masyarakat yang cukup tinggi terlebih umat Islam itu sendiri. Begitu banyak masyaakat yang datang dengan beragam alasan, dan memiliki persepsinya masing-masing mengenai Masjid Kubah Emas selaku wisata religi ini. Rasa keingintahuan yang tinggi sebagai individu yang beragama di era modern ini juga yang mendukung umat Islam sebagai potensi pasar wisata religi yang baik. Sebagai contoh seperti pada saat hari besar Islam yaitu Idul Fitri atau lebaran yang memperlihatkan tingkat konsumtif masyarakat yang cukup tinggi sebagai salah satu ekspresi keislaman mereka. Baik itu diluar dari keislaman mereka yang benar-benar religius atau afiliasi rasional akan agama atau hanya sekedar afiliasi tradisional. Seperti salah satu pernyataan dari pengunjung Masjid Kubah Emas berikut.

“...dalam rangka untuk *photo shoot* mba haha, untuk *photo shoot* aja, ya foto-foto di lokasi yang bagus”<sup>48</sup>

Pengunjung yang datang memiliki alasan yang beragam salah satunya untuk melakukan *photo shoot* karena lokasi dan arsitektur masjid yang bagus. Pengunjung mempersepsikan dirinya sebagai pengunjung atau wisatawan pada Masjid Kubah

---

<sup>48</sup> Wawancara dengan Hidayaneu (Pengunjung Masjid Kubah Emas) pada 22 April 2017

Emas ini karena lebih melakukan aktivitas lainnya ketimbang untuk beribadah pada Masjid ini. Salah satu karakteristik tersebut adalah yang paling umum dimiliki oleh masyarakat Islam Indonesia yang penasaran akan lokasi keagamaan yang memiliki keunikan tersendiri dan menjadikannya sebagai destinasi wisata daripada tempat beribadah.

## **BAB IV**

### **KOMODIFIKASI MASJID KUBAH EMAS ANTARA RELIGIUSITAS DAN KAPITALISASI AGAMA**

Bab ini membahas analisis sosiologis mengenai komodifikasi Masjid Kubah Emas, antara religius dan kapitalisme. Secara keseluruhan pada bab ini membahas analisis mengenai komodifikasi yang dilakukan oleh para aktor di balik itu semua. Bab ini terbagi menjadi beberapa subbab, dengan subbab pertama membahas mengenai Masjid Kubah Emas antara simbol agama yang religius dan pariwisata. Lebih lanjut pada subbab ini akan membahas mengenai komodifikasi dan komersialisasi di balik fenomena Masjid Kubah Emas sebagai suatu destinasi wisata religi.

Subbab selanjutnya melihat bagaimana *Consumer Ritualized Symbolic Practice (CRSP's)* atau praktik konsumsi simbol keagamaan dalam memahami pemaknaan pengunjung dan masyarakat akan Masjid Kubah Emas. Lebih lanjut membahas analisis mengenai komodifikasi agama yang lahir karena adanya praktik konsumsi simbol keagamaan atau *CRSP's* oleh masyarakat. *CRSP's* juga memaknai masjid sebagai simbol agama dalam fenomena Masjid Kubah Emas selaku wisata religi. Kemudian Subbab yang ketiga memberikan sedikit refleksi pendidikan dan sosiologis mengenai Masjid Kubah Emas selaku wisata religi dan perubahan sosial yang terjadi pada lingkungan maupun masyarakat sekitar.

#### **4.1 Simbol Agama dan Pariwisata**

Masjid Kubah Emas adalah simbol agama yang religius dan sarat akan makna, sekaligus sebagai destinasi wisata religi. Masjid sebagai simbol agama adalah tempat beribadah atau bangunan untuk beribadah kepada Tuhan YME. Selain itu, masjid sebagai suatu simbol agama juga menjadi perwujudan agama sekaligus salah satu bukti akan keberadaan Tuhan YME. Oleh karena itu, masjid dianggap sebagai sebuah bangunan yang suci bagi umat Islam. Masjid sebagai simbol dari agama Islam juga memiliki beberapa fungsi dan peraturan yang berhubungan dengan hal-hal religius dalam Islam. Salah satu fungsi masjid adalah tempat kaum muslimin beribadat dan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Dimana hal tersebut dapat dilakukan oleh semua umat Islam dan kapan saja. Masjid sebagai simbol agama disini adalah Masjid Kubah Emas yang juga berkembang menjadi wisata religi.

Masjid Kubah Emas selaku simbol agama juga harus menjalankan fungsi selayaknya fungsi masjid sebagai simbol agama seutuhnya. Namun, pada kenyataannya Masjid Kubah Emas mengalami perubahan dan perkembangan ketika tersentuh oleh pariwisata dan menetapkan dirinya sebagai sebuah destinasi wisata religi. Disebut sebagai wisata religi karena menggunakan masjid selaku simbol agama yang religius sebagai destinasi wisata yang dapat dikunjungi. Masjid Kubah Emas sebagai wisata religi ini bukan tanpa alasan melainkan karena keunikan arsitektur dari bangunan masjid itu sendiri yang membuat masyarakat luas terutama

umat Islam ingin mendatanginya. Selain itu juga sebagai tempat beribadat yang dikunjungi untuk melaksanakan ibadah dan mendekatkan diri kepada Tuhan YME.

Masjid Kubah Emas sebagai simbol agama dan wisata religi ini merupakan sebuah perpaduan antara unsur religi dan pariwisata. Masjid Kubah Emas harus tetap bisa mempertahankan nilai-nilai religiusnya seperti tetap menjalankan fungsi religius sebagai tempat untuk beribadah. Selain itu sebagai simbol agama yang cukup besar, Masjid Kubah Emas juga memiliki berbagai macam simbol keagamaan lain di dalamnya, seperti berbagai macam lapaz Allah dan ukiran kaligrafi serta menjalankan praktik-praktik keagamaan. Lebih lanjut, masjid bagi umat Islam dipandang sebagai tempat yang suci begitu juga dengan Masjid Kubah Emas.

Masjid Kubah Emas ini memiliki berbagai macam peraturannya sendiri. Layaknya sebuah tempat wisata, masjid ini menyediakan berbagai macam fasilitas dan juga membatasi umat Islam yang ingin mendatanginya dengan beberapa peraturan. Bertajuk wisata religi yang mengedepankan unsur religi dan masjid itu sendiri sebagai simbol agama, Masjid Kubah Emas mampu menarik begitu banyak minat masyarakat untuk datang. Terlebih ketika hari libur maupun hari raya keagamaan umat Islam. Banyaknya pengunjung yang datang dan berkembangnya Masjid Kubah Emas sebagai wisata religi ini membuat masjid ini seperti berada diambang penentuan akan arti dari masjid itu sendiri.

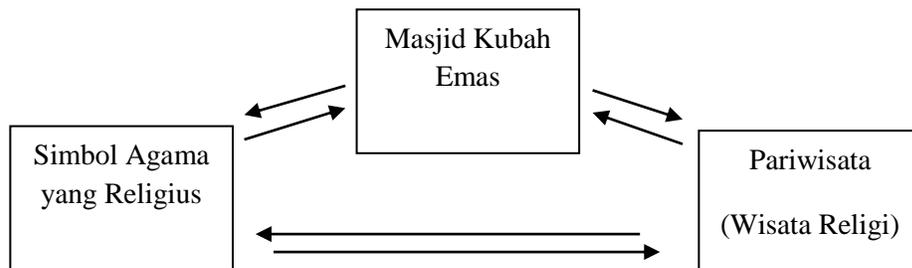
Simbol agama yang religius ataukah sebuah pariwisata dengan bertajuk wisata religi. Lebih lanjut ketika masjid sudah tidak menjalankan fungsinya dengan baik dan justru berubah dan mengikuti realitasnya sebagai destinasi wisata religi yang terkenal. Mengedepankan religi sebagai daya tarik utamanya yang membuat begitu banyak masyarakat berdatangan dengan beragam alasan dan tujuan. Selain itu, dibatasinya waktu berkunjung dan kegiatan yang dilakukan di masjid juga membuat masjid ini seperti mulai mengikuti arus pariwisata sebagai destinasi wisata religi. Meskipun masjid ini masih menjalankan praktik keagamaan seperti sholat 5 waktu, pengajian, dakwah dan juga kegiatan di bulan ramadhan. Serta beragam kegiatan keagamaan lainnya yang berada dalam Islam. Hal-hal tersebut menunjukkan masjid ini kental akan nilai religius namun disisi lain juga mulai mengikuti arus pariwisata.

Sebagai suatu destinasi wisata religi yang cukup terkenal dan mampu menarik animo masyarakat cukup tinggi membuat Masjid Kubah Emas mengeksklusifkan dirinya. Terlebih dengan gelarnya sebagai suatu destinasi wisata religi nomor 1 di Kota Depok. Salah satunya adalah adanya jam operasional masjid yang terbatas dan juga penyewaan masjid maupun area komplek masjid bagi siapa saja yang mampu membayar harga yang sudah ditetapkan oleh pihak pengelola Masjid Kubah Emas. Selain itu juga dengan adanya tarif masuk untuk kendaraan baik itu roda dua, empat maupun lebih yang parkir di dalam area komplek masjid.

Semua peraturan dan batasan yang diberikan oleh pihak pengelola Masjid Kubah Emas kepada para pengunjung terlihat wajar. Meskipun makna dan fungsi dari

Masjid Kubah Emas sebagai simbol agama mulai berkembang dan berubah dengan lebih mengeklusifkan diri sebagai destinasi wisata. Sehingga kemudian Masjid Kubah Emas berubah menjadi sebuah destinasi wisata tanpa terasa oleh masyarakat luas yang terus mengiyakan Masjid Kubah Emas sebagai destinasi wisata religi yang dibuat oleh pihak pemilik dan pengelola. Masjid selaku simbol agama yang religius dan suci, akan tetapi juga sebagai salah satu destinasi wisata yang menguntungkan. Masyarakat pun sulit untuk menyadari adanya perubahan akan masjid sebagai simbol agama yang religius ini karena saling berkaitan. Serta didukung pula oleh masyarakat beragama Islam yang memiliki karakteristik keagamaan seperti mengunjungi tempat-tempat religius sebagai eskpresi keagamaan yang diungkapkan oleh Greg Fealy.

**Skema IV.1**  
**Masjid Kubah Emas:**  
**Antara Simbol Agama yang Religius dan Pariwisata**



Sumber: Diolah oleh penulis, 2017

Skema IV.1 menunjukkan hubungan Masjid Kubah Emas antara simbol agama yang religius dengan pariwisata bertajuk wisata religi. Masjid Kubah Emas sebagai destinasi pariwisata bertajuk wisata religi masih mengandalkan masjid sebagai simbol agama yang religius sebagai daya tarik utamanya. Selain itu, meskipun Masjid Kubah

Emas berkembang menjadi sebuah destinasi wisata religi, ia masih tetap menjalankan fungsi religiusnya sebagai simbol agama. Walaupun fungsi tersebut dibatasi dengan embel-embel destinasi wisata yang memiliki jam operasional dan peraturan. Semua itu saling berhubungan, karena Masjid Kubah Emas harus tetap bisa mempertahankan nilai-nilai religiusnya untuk tetap mampu menarik pasar. Semua itu karena pariwisata yang ditawarkan adalah wisata religi yang mengusung simbol agama, berupa masjid Kubah Emas yang cukup unik dan megah.

**Tabel IV.1**  
**Perpaduan Unsur Masjid sebagai Wisata Religi**

No	Unsur Religi	Unsur Wisata
1.	Masjid sebagai simbol agama	Area Parkir dengan tarif parkir kendaraan
2.	Pengajian rutin mingguan & bulanan	Toko souvenir Kubah Emas
3.	Ceramah/Dakwah	Kantin/Cafetaria Kubah Emas
4.	Sholat berjamaah	Kubah Emas Fotografi
5.	Pemotongan Kurban	Jam Operasional Masjid yang terbatas
6.	Pernikahan /Akad nikah	Penyewaan/Penggunaan Masjid/ area kompleks Masjid

Sumber: Diolah oleh Penulis, 2017

#### **4.2 Komodifikasi Di balik Fenomena Masjid Kubah Emas sebagai Wisata Religi**

Masjid Kubah Emas selanjutnya mendapatkan perhatian lebih sebagai destinasi wisata religi, bukan hanya oleh pihak pengelola dan pemilik masjid tetapi juga oleh pemerintah setempat dan masyarakat. Hal ini dapat terlihat di situs Pemerintah Kota Depok yang memuat Masjid Kubah Emas sebagai destinasi wisata nomor satu. Selain itu juga, masyarakat sekitar yang mulai mencari keuntungan dari adanya masjid tersebut dengan membuka peluang usaha di sekitar wilayah masjid. Lebih lanjut, animo masyarakat luas yang cukup tinggi akan masjid ini yang membuat masjid ini kedatangan banyak pengunjung perharinya. Animo masyarakat itu tentunya karena bentuk dan arsitektur masjid yang berbeda serta terkesan megah dengan Kubahnya yang berbalut emas 24 karat.

Dukungan dari pemerintah serta animo masyarakat yang tinggi untuk lebih membangkitkan lagi potensi pariwisata yang dimiliki oleh Masjid Kubah Emas ini selaku wisata religi. Tidak hanya mengandalkan bentuk bangunan dan arsitekturnya saja, tetapi juga memiliki berbagai macam kegiatan keagamaan yang religius. Berbagai macam fasilitas tambahan juga dihadirkan pada masjid ini selaku destinasi wisata religi. Produk religius Masjid Kubah Emas ini makin terlihat tampak berbeda dari masjid sesungguhnya melalui komodifikasi yang ada pada Masjid Kubah Emas sebagai objek pariwisata ini.

Komodifikasi yang terjadi pada Masjid ini tidak begitu saja terjadi dengan sendirinya, melainkan terdapat aktor-aktor kepentingan dibalik komodifikasi ini.

Sesuai dengan pengertian dari komodifikasi itu sendiri, menurut Mosco komodifikasi adalah sebuah transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Suatu barang dinilai bukan berdasarkan kemampuan dan kegunaanya lagi dalam memenuhi kebutuhan, melainkan dinilai berdasarkan apa yang bisa didapatkan. Lebih lanjut komodifikasi merupakan konsep yang luas, tidak hanya mengenai masalah nilai tukar atau guna suatu barang melainkan juga menyangkut masalah produksi, distribusi dan konsumsi suatu barang sebagai suatu objek komoditi. Komodifikasi pada Masjid Kubah Emas ini juga mencakup mengenai permasalahan produksi, distribusi dan juga konsumsi masjid sebagai simbol keagamaan dengan embel-embel wisata religi.

Masjid Kubah Emas selaku simbol keagamaan yang dikomodifikasi melalui pariwisata berbasis wisata religi ini masuk kedalam ranah komodifikasi agama. Fealy menjelaskan bahwa komodifikasi agama adalah komersialisasi pada agama atau mengubah keimanan serta simbol-simbolnya menjadi komoditas yang dapat diperjual-belikan untuk menggapai keuntungan.<sup>49</sup> Karena yang dikomodifikasi pada penelitian ini adalah masjid selaku simbol agama maka komodifikasi agama dinilai lebih cocok untuk melengkapi analisis mengenai komersialisasi dan komodifikasi ini.

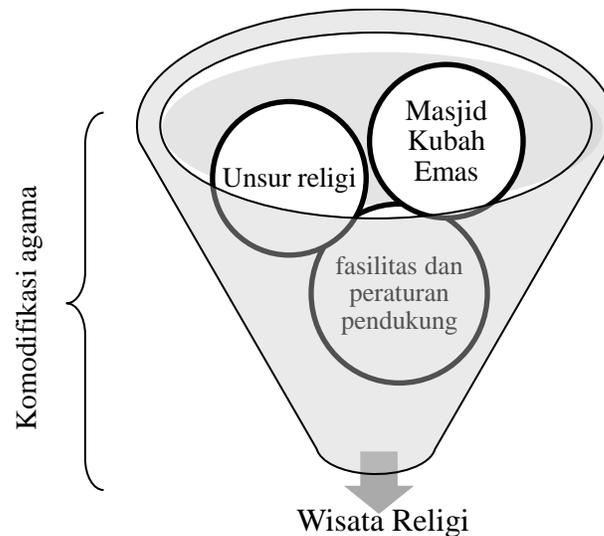
---

<sup>49</sup> Greg Fealy and Sally White, *“Expressing Islam: Religious Life and Political in Indonesia”*, Singapore: Iseas Publishing, 2008, hlm, 16.

Komodifikasi agama pada Masjid Kubah Emas yaitu komersialisasi masjid dengan mengubah sisi religius masjid sebagai komoditi yang dapat dijual ke pasar melalui wisata religi. Hal ini ditunjukkan oleh beberapa pokok temuan yang menunjukkan adanya komodifikasi agama pada Masjid Kubah Emas. Temuan yang paling utama tentunya unsur dan kegiatan religi yang ada pada Masjid Kubah Emas selaku wisata religi yang mengandalkan keunikan masjid selaku simbol agama itu sendiri. Diantaranya seperti menyediakan unsur religi seperti pengajian rutin, dakwah, dan kegiatan keagamaan lainnya untuk tetap menunjukkan sisi religius masjid sebagai simbol agama.

Tercapnya masjid sebagai destinasi wisata religi dan memiliki berbagai macam fasilitas dan peraturan selayaknya tempat wisata seperti: pengadaaan tarif parkir bagi kendaraan pengunjung masjid yang berbeda-beda untuk tiap jenis kendaraan, jam operasional masjid yang buka saat sholat subuh kemudian tutup dan dibuka kembali pada pukul 10.00 WIB hingga pukul 19.00 WIB, hari kamis merupakan hari libur masjid, anak-anak di bawah usia 10 tahun dilarang memasuki masjid, serta fasilitas seperti tersedianya toko *souvenir* dan kantin atau cafeteria Masjid Kubah Emas, tersedia juru foto lepas Masjid Kubah Emas dan juga penyewaan masjid serta lingkungan masjid. Hal-hal tersebut adalah beberapa temuan lapangan yang menunjukkan adanya komodifikasi dan komersialisasi pada Masjid Kubah Emas ini. Itu semua dilakukan oleh pihak pengelola maupun pemilik dari masjid, dengan sedikit campur tangan dari pemerintah setempat.

**Skema IV.2**  
**Produksi Komodifikasi Masjid Kubah Emas sebagai Wisata Religi**



Sumber: Diolah oleh Penulis, 2017

Komodifikasi pada Masjid Kubah Emas ini dilakukan oleh pihak pengelola maupun pemilik masjid. Berdasarkan skema IV.2 memperlihatkan Masjid Kubah Emas sebagai komoditi utama tau daya tarik utama diproduksi sebagai suatu simbol agama yang bisa meraih keuntungan. Caranya adalah dengan melengkapi Masjid Kubah Emas ini dengan berbagai macam fasilitas pendukung layaknya sebuah tempat pariwisata yang sudah dibahas pada pembahasan sebelumnya. Kemudian produksi tidak hanya berhenti disitu, melainkan pihak pengelola masjid juga menyediakan unsur keagamaan berbasis kegiatan religi. Semua itu dibaur menjadi satu kesatuan yang epic dengan Masjid Kubah Emas yang sudah memiliki keunikan, ditambah berbagai macam fasilitas dan peraturan serta unsur kegiatan religi di dalamnya.

Tidak hanya sampai di situ, proses komodifikasi masjid belum bisa dikatakan sebagai komodifikasi jika belum mendapatkan keuntungan. Karena komodifikasi agama adalah komersialisasi simbol keagamaan maupun nilai-nilai agama. Oleh karena itu dilanjutkan kepada proses distribusi yang dilakukan oleh pihak pengelola masjid selaku oknum dibalik komersialisasi dan komodifikasi masjid Kubah Emas. Distribusi itu dilakukan melalui berbagai macam cara, mulai dari penyebaran melalui media massa seperti facebook Masjid Kubah Emas, berita, dan juga portal pemerintah yang mengiklankan Masjid ini. Kemudian pendistribusian tersebut dapat langsung dirasakan dengan mendatangi Masjid Kubah Emas sebagai proses konsumsi oleh masyarakat atau pengunjung. Dari proses konsumsi inilah pihak-pihak di balik wisata religi ini mengkomersialisasikan Masjid Kubah Emas dan mendapatkan keuntungan.

Komersialisasi yang dilakukan oleh pihak pengelola selaku pemilik masjid ini merupakan kesatuan yang ada pada komodifikasi simbol ini. Secara otomatis ketika melakukan dan merubah simbol agama atau komodifikasi, di dalamnya sudah terdapat komersialisasi untuk mendapatkan keuntungan atau profit dari masjid sebagai komoditi utamanya ini. Berbicara mengenai komodifikasi dan komersialisasi erat kaitannya dengan kapitalisme. Kapitalisme itu sendiri adalah cara pandang masyarakat yang mengedepankan modal dan keuntungan dalam menjalin suatu hubungan. Kapitalisme di sini seperti yang dilakukan oleh pihak pengelola dan oknum lainnya yang ikut dalam komodifikasi ini. Kapitalisme di sini sedikit berbeda, yaitu lebih kepada kapitalisme lanjut yang ada pada masyarakat industri lanjut dan

dapat dikatakan era sekarang seperti pada komodifikasi masjid selaku simbol agama ini.

Mulai dari penerapan tarif parkir untuk kendaraan para pengunjung masjid yang berbeda dan cukup mahal untuk bus-bus maupun kendaraan roda empat yang datang. Dilanjutkan dengan pengadaan fasilitas seperti toko souvenir, kantin dan penyewaan masjid maupun kompleks masjid yang juga menjadi pemasukan besar bagi masjid. Terlebih ketika terdapat acara pernikahan yang mengadakan resepsi, hal ini cukup mengganggu karena sound system dari pernikahan tersebut cukup besar dan berisik hingga terdengar orang-orang yang ingin melaksanakan sholat.

“...engga ada masalah mengenai peraturan dan biaya yah, cuma agak terganggu ketika ada yang hajatan, soundnya terlalu keras sampai terdengar ke tempat sholat”<sup>50</sup>

Salah satu pengunjung masjid yang merasa terganggu karena *sound system* yang terlalu keras dan terdengar saat sholat. Pihak pengelola tidak berupaya untuk mengecilkan dan membenarkan keadaan tersebut, dikarenakan pihak penyewa sudah membayar untuk melaksanakan hajatan sehingga hal tersebut tidak dipermasalahkan. Kemudian dari kutipan wawancara tersebut juga menunjukkan bahwa pengunjung tidak keberatan dengan adanya pengadaan biaya parkir serta peraturan masjid yang jam operasionalnya ditentukan. Kebanyakan pengunjung masjid tidak ada yang merasa keberatan sama sekali dan merasakan semuanya berjalan normal sebagai wisata religi.

---

<sup>50</sup> Wawancara dengan hidayaneu (pengunjung masjid Kubah Emas) pada 22 april 2017

Semua itu dapat terjadi karena pihak pemilik dan pengelola masjid yang mampu melihat celah dalam karakteristik keagamaan umat Islam di Indonesia sebagai pasar beragama. Fealy dan White menjelaskan individu atau masyarakat Islam yang mengekspresikan keimanannya dengan mengkonsumsi produk yang berbau agama. Sehingga komodifikasi Islam ini menurut Fealy menjadi sarana diterimanya kehadiran Islam dalam ranah public secara *Taken for Granted*.<sup>51</sup> Meskipun hal tersebut mampu mengubah fungsi, peran serta makna tersendiri akan Masjid sebagai simbol agama Islam yang terkomodifikasi dan mampu menghasilkan keuntungan bagi pihak pemilik dan pengelola Masjid Kubah Emas. Salah satunya seperti menerima secara rasional mengenai masjid sebagai wisata religi dan keterbatasan peraturan di dalamnya.

#### **4.3 CRSP's dalam Memahami Pemaknaan Umat Islam sebagai Konsumen**

Setelah di bagian sebelumnya menjelaskan mengenai komodifikasi agama yang terjadi pada masjid selaku simbol agama, kini pembahasan dilanjutkan dengan melihat umat Islam sebagai konsumen dari Masjid Kubah Emas ini. Masjid sebagai simbol agama yang suci dan sakral serta kegiatan religius lainnya yang dilaksanakan di masjid ini menjadi produk agama yang dikemas untuk dikonsumsi oleh masyarakat terutama umat Islam. Melihat pemaknaan pengunjung dan masyarakat sekitar penulis menggunakan *Consumer Riualyzed Symbolic Practice* atau Praktik Ritual Simbolik

---

<sup>51</sup> Oki Rahadianto Sutopo, Beragam Agama Beragam Ekspresi, *Jurnal Sosiologi Masyarakat Vol, 15, No, 2*, 2010, Universitas Gadjah Mada, Hlm. 88.

Konsumen. Menggunakan beberapa faktornya untuk membahas mengenai umat Islam sebagai potensi pasar umat beragama sekaligus konsumen dari komodifikasi ini.

Pertama adalah *CRSP's create religions as an abstracted and reified religious object to be marketed and consumed*. Dengan kata lain membuat agama untuk dapat dipasarkan dan dikonsumsi. Masjid Kubah Emas sebagai simbol agama yang unik dengan kegiatan religi di dalamnya dibuat untuk dapat menarik perhatian pasar wisata religi dan membuat agama secara rasional dapat dikonsumsi oleh masyarakat sebagai suatu objek. Kedua adalah *CRSP's created a religious brand name for social communication and consumption*, menciptakan cap keagamaan atau sebuah brand untuk agama agar dapat dikonsumsi dan dikomunikasikan dengan masyarakat luas. Dalam penelitian ini brand atau cap bagi masjid sebagai simbol agama itu adalah 'wisata religi'.

Ketiga adalah *CRSP's create religion as an avenue for economic and psychological well being*, membuat agama sebagai celah untuk mendapatkan keuntungan ekonomi dan psikologi. Agama selain memberikan kepuasan psikologis, juga memberikan peluang untuk mendapatkan ekonomi melalui agama yang dikemas dan sengaja dikonsumsi oleh pasar. Poin terakhir yang mendukung komodifikasi agama pada Masjid Kubah Emas adalah agama sebagai layanan yang bersifat rasional. Masjid Kubah Emas sebagai destinasi wisata religi adalah langkah rasional yang digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan layanan agama seperti dakwah, pengajian maupun ceramah yang ada pada masjid tersebut. Selain itu juga sebagai

sebagai destinasi wisata yang unik dengan arsitekturnya membuat agama terlihat lebih rasional untuk dapat dikonsumsi dan mengekspresikan keislamannya oleh masyarakat umat Islam.

Sebagai pilihan layanan yang bersifat rasional, Masjid Kubah Emas dikunjungi bukan hanya karena ia merupakan simbol agama umat Islam. Melainkan juga terdapat pilihan rasional mengenai kualitas dan keunikan simbol agama tersebut untuk dikonsumsi dan mengekspresikan keagamaannya. Seperti ramainya pengunjung Masjid Kubah Emas dibandingkan masjid lainnya disekitar, karena individu muslim memiliki pilihan yang rasional dalam mengonsumsi suatu produk Islami. Begitu juga dengan masyarakat muslim yang mempersepsikan Masjid Kubah Emas sebagai wisata religi dan hanya mengonsumsi keindahan dan gaya arsitektur tanpa melakukan ibadah di dalamnya. Semua itu adalah pilihan individu maupun masyarakat beragama Islam dalam sebagai konsumen keagamaan.

#### **4.4 Refleksi Pendidikan dan Sosiologis: Masjid Kubah Emas, Wisata Religi dan Perubahan Sosial Masyarakat Sekitar**

Masjid sebagai simbol agama yang religius dan sakral akan selalu dibutuhkan oleh umat beragama Islam. Simbol agama sekaligus tempat untuk melaksanakan ibadah dan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Lambat laun masjid mengalami perubahan dan perkembangan. Salah satunya adalah dengan tersentuhnya oleh sektor pariwisata dan menjadi wisata religi. Wisata religi bukan hanya mengedepankan

keindahan bangunan keagamaan atau simbol keagamaan, tetapi juga harus bisa memberikan kegiatan religi dan unsur-unsur keagamaan di dalamnya.

Kegiatan religi dan unsur keagamaan seperti dakwah, pengajian dan beribadah kepada Tuhan YME merupakan hal yang turun-temurun ada dalam Islam sebagai agama. Semua itu semata-mata sebagai pendidikan beragama yang diajarkan dari dahulu hingga sekarang untuk melestarikan agama dengan kereligiusannya. Begitu juga dengan Masjid Kubah Emas sebagai wisata religi dan tempat ibadah yang juga melaksanakan pendidikan agama melalui pengajian, ceramah maupun dakwah dan pengenalan akan Masjid sebagai simbol agama sekaligus destinasi wisata religi. Semua itu terdapat pada Masjid Kubah Emas sebagai satu paket lengkap meskipun dengan beragam persepsi dan penilaian masyarakat mengenai masjid tersebut.

Masjid Kubah Emas juga memiliki berbagai dampak bagi masyarakat sekitar. Kegiatan serta simbol agama yang religius, ditambah dengan nuansa keunikan Masjid Kubah Emas itu sendiri selaku destinasi wisata religi yang memberikan nilai lebih bagi masjid ini. Masjid Kubah Emas sebagai wisata religi memberikan begitu banyak dampak sosial baik itu bagi masyarakat sekitar masjid, dan juga Kelurahan Meruyung Depok. Selain dampak sosial juga terdapat dampak ekonomi akibat dari adanya masjid Kubah Emas sebagai destinasi wisata religi yang terkenal.

Masjid Kubah Emas sebagai wisata religi merupakan komodifikasi simbol agama yang dilakukan oleh pihak pengelola dan juga pemilik masjid yang didukung dengan potensi pasar umat beragama Islam di Indonesia. Di sisi lain, komodifikasi

masjid ini juga memberikan dampak ekonomi dan kehidupan sosial yang lebih dinamis bagi masyarakat sekitar Masjid Kubah Emas. Salah satunya adalah dengan mendirikan usaha kaki lima atau pedagang kaki lima di sekitar pintu gerbang masjid dan Jalan Meruyung Raya menuju Masjid Kubah Emas. Selain itu, juga perubahan terlihat pada mobilitas masyarakat yang lebih mudah dengan banyaknya alat transportasi yang berlalulalang, jika sebelumnya mobilitas masyarakat Meruyung sangatlah sepi dan sulit karena hanya ada satu angkutan umum yang jumlahnya pun terbilang sedikit.

Semua itu karena banyaknya mobilitas dan masyarakat yang ingin menuju Masjid Kubah Emas selaku wisata religi di Kota Depok. Bukan hanya dari daerah sekitar Depok seperti Jakarta, Tangerang, Bogor, ataupun Bekasi saja yang mengunjungi Masjid Kubah Emas. Tetapi juga luar daerah seperti berasal dari Jawa Tengah, Jawa Timur, bahkan berasal dari luar pulau Jawa hanya untuk mengunjungi Masjid Kubah Emas ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya mengenai hasil penelitian dan analisis, bab ini akan memaparkan kesimpulan secara umum, sekaligus menjawab pertanyaan penelitian. Lebih lanjut pada bab ini juga berisikan mengenai saran atau rekomendasi penulis mengenai komodifikasi agama.

Komodifikasi yang terjadi pada masjid ini bermula pada awal pembukaannya untuk umum beberapa tahun silam. Sejak awal pembukaannya untuk umum, masjid ini memiliki begitu banyak pengunjung yang terus berdatangan. Animo masyarakat yang tinggi akan masjid ini bukan tanpa alasan, melainkan karena masjid ini sebagai salah satu masjid dengan kubah berlapis emas terbesar di Asia Tenggara. Kemudian, bentuk komodifikasi yang terjadi pada masjid ini yaitu masjid sebagai wisata religi dan masjid sebagai venue acara atau kegiatan.

Masjid sebagai simbol agama yang religius ini terkomodifikasi menjadi wisata religi dengan memiliki begitu banyak fasilitas pendukung selayaknya sebuah destinasi wisata. Selain dari unsur agama yang ada di dalamnya. Berbagai macam fasilitas itu juga ditopang dengan peraturan dan tata tertib Masjid Kubah Emas yang berbeda dari fungsi utama dari masjid itu sendiri. Semua itu dikemas sedemikian mungkin untuk memungkinkan masjid sebagai wisata religi yang mumpuni dapat dikonsumsi pasar. Begitu juga dengan bentuk komodifikasi masjid sebagai *venue*

acara yang mengkemas dengan brand Masjid Kubah Emas pada lokasi setiap tempat penyewaan atau area komplek dari Masjid Kubah Emas ini.

Dilanjutkan pada proses komersialisasi yang juga sekaligus dari komodifikasi ini yang dilakukan oleh para pihak pengelola dan pemilik Masjid Kubah Emas. Komersialisasi dan komodifikasi dilakukan oleh para oknum atas dasar mencari keuntungan dengan didukung oleh karakteristik masyarakat Islam yang Konsumtif. Sehingga para pengunjung maupun masyarakat mengiyakan rasionalitas yang ada pada Masjid Kubah Emas selaku kesadaran palsu bagi masyarakat dan juga pengunjung Masjid Kubah Emas tersebut dengan mengkonsumsinya.

Selanjutnya refleksi pendidikan dan sosiologis dalam melihat Masjid Kubah Emas selaku wisata religi dan dampak sosial kehidupan masyarakat. Selain itu juga dampak pada lingkungan fisik maupun mobilitas masyarakat Kelurahan Meruyung Raya dan sekitar Masjid Kubah Emas. Dampak yang ditimbulkan, perubahan sosial yang terjadi seperti mobilitas yang semakin mudah dan dinamis bagi masyarakat sekitar masjid akibat dari adanya Masjid sebagai suatu destinasi wisata yang ramai dikunjungi.

## **5.2 Saran**

Demikianlah hasil studi yang penulis lakukan pada Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri, Depok. Adapun penulis menyampaikan beberapa rekomendasi yang di dasari hasil studi penulis. Berikut rekomendasi penulis, semoga dapat bermanfaat:

1. Komodifikasi dalam industri pariwisata menggunakan simbol agama sebagai komoditi utamanya adalah cara kapitalis masuk dan meraup keuntungan. Maka perlu penanaman ajaran Islam yang kuat, bebas, dan fleksibel tanpa mengubah fungsi dari simbol agama itu sendiri.
2. Penelitian ini merupakan studi kualitatif yang berangkat dari teori komodifikasi Mosco, dan juga komodifikasi agama Greg Feally dalam melihat komodifikasi pada simbol keagamaan. Oleh karena itu, peneliti memberi kesempatan kepada peneliti lain untuk mengeksplorasi komodifikasi Mosco mulai dari komodifikasi khalayak, komodifikasi konten, dan komodifikasi *audience* yang tidak penulis teliti.
3. Peneliti berikutnya dapat meneliti mengenai perubahan sosial yang lebih mendalam akibat dari adanya komodifikasi simbol keagamaan. Baik itu dari sudut pandang sosial saja maupun sosial ekonomi.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ayub, Moh, E. 1996. *Manajemen Masjid*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Barker, Chirs. 2005. *Cultural Studies, Teori dan Praktik* (terjemahan). Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.
- Borong, Robert P. 1998. *Berakar di Dalam Dia dan Dibangun di Atas Dia*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Creswell, John W. 2014. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Fealy, Greg and Sally White. 2008. "*Expressing Islam : Religious Life and Political in Indonesia*", Singapore: Iseas Publishing.
- Kuntowijoyo. 2008. *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Marcuse, Herbert. 2000. *Manusia Satu Dimensi Terjemahan, Silvester G. Sukur dan yusup Priyasudiarja*, Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya.
- Nuswantoro. 2001. *Daniel Bell: Matinya Ideologi*. Jakarta: Penerbit Yayasan IKAPI.
- Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*, London: Sage Publication Ltd.
- Mosco. 2009. Commodification is the Process of Transforming use Values into Exchange Values, dalam *Komunikasi dan Komodifikasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Setiawan, Kartum. 2010. *Masjid-masjid Bersejarah di Jakarta*, Jakarta: Erlangga.

### JURNAL

- Alex Thornburg & J. David Knotterus. 2008. "*Consumer Ritualized Symbolic Practices: A theory of Religious Commodification*", Paper. Boston: Annual Meeting of the American Sociological Association.

Siti, Komariyah. 2008. Komodifikasi Makam dalam Perspektif Sosial Ekonomi, *Jurnal Solidarity*, Universitas Negeri Semarang.

Sutopo, Oki Rahadianto. 2010. Beragam Agama Beragam Ekpresi. *Jurnal Sosiologi Masyarakat Universitas Gadjah Mada*, Vol, 15. No. 2.

Tim Kemenpar. 2015. “*World Affairs Journal, 2015*” dalam *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah Kementerian Pariwisata Indonesia, 2015*, Kemenpar: Jakarta.

Widiastuti, Dhyah Ayu Retno. 2011. “Komodifikasi Upacara Religi Dalam Pemasaran Pariwisata”, *Jurnal Komunikasi ASPIKOM* Vol.1 No.2.

### **TESIS/DISERTASI**

Basri, Irsyan. 2014. *Komodifikasi Ritual Duata pada Etnik Bajo di Kabupaten Wakatobi Prov. Sulawesi Tenggara*, Tesis, Universitas Udayana.

Raka, Anak Agung GD. 2015. *Komodifikasi Warisan Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Pura Penataran Sasih Pejeng Gianyar*, Tesis, Universitas Udayana.

Siskawati, Isna. 2006. *Komodifikasi Nilai-nilai Agama dalam Sinetron*. Tesis, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Indonesia.

### **INTERNET**

Press Release Wisata Religi, 2016 dalam [kemenpar.go.id](http://kemenpar.go.id)

Profil masjid kubah emas dalam <http://www.depok.go.id/profil-kota/pariwisata> diakses pada 28 april 2017, pukul 9.30

Portal resmi pemerintah depok, kelurahan meruyung dalam <http://www.depok.go.id/instansi/kelurahan> diakses pada 28 april 2017

Syalaby, Ichsan, “*DMI Bentuk Tim Survei Masjid*”, dalam *Epaper Republika* atau <http://www.republika.co.id/berita/koran/khazanahkoran/14/10/01/ncrd0i33-dmi-bentuk-tim-survei-masjid>

Wiro, Hari, “*Masjid Kubah Emas Dipadati Ribuan Pengunjung*”, dalam *Berita Satu* atau <http://www.beritasatu.com/aktualitas/407460-masjid-kubah-emas-dipadati-ribuan-pengunjung>, 2017



**LAMPIRAN**  
**INSTRUMEN PENELITIAN**

Bab	Komponen Data	Teknik Primer			Teknik Sekunder			
		P	WM	WT T	L	LS/B PS	BK/ M- K	SK / T/J /I
I	Pendahuluan							
	I.1 Latar Belakang	X			X	X	X	X
	I.2 Permasalahan Penelitian	X						
	I.3 Tujuan Penelitian	X						
	I.4 Manfaat Penelitian	X						
	I.5 Tinjauan Penelitian Sejenis				X	X	X	X
	I.6 Kerangka Konseptual						X	X
	I.6.1 Masjid Sebagai Simbol Agama					X	X	X
	I.6.2 Komodifikasi Agama						X	X
	I.6.3 Consumer Ritualized Symbolic Practice (CRSP's)						X	X
	I.6.4 Pendekatan Kritis							
	I.7 Metodologi Penelitian						X	X
	I.7.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	X						
	I.7.2 Subjek Penelitian	X	X	X	X			
	I.7.3 Peran Peneliti	X						
	I.7.4 Teknik Pengumpulan Data		X	X	X	X	X	X
	I.7.5 Triangulasi Data		X	X				
	I.8 Sistematika Penulisan							X
II	Konteks Sosial Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri Depok							
	II.1 Perkembangan Masjid dalam Pariwisata Indonesia					X	X	X
	II.2 Gambaran Umum Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri	X	X	X	X			X
	II.2.1 Profil dan Perkembangan Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri		X	X			X	X
	II.2.2 Profil Organisasi Pengelola Masjid Kubah Emas		X	X	X			X
	II.2.3 Gambaran event dan acara religi pada Masjid Kubah Emas selaku destinasi wisata		X	X	X			
	II.3 Gambaran Umum Masyarakat Sekitar Masjid Kubah Emas							
	II.4 Agama Mayoritas Masyarakat Kota Depok							
III	Produksi Wisata Religi pada Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri Depok							

	III.1 Bentuk Komodifikasi pada Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri Depok	X	X	X	X			X
	III.2 Masjid dan Unsur Religi sebagai Komoditi utama wisata religi				X		X	X
	III.3 Masyarakat beragama islam sebagai potensi pasar Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri Depok dalam Wisata Religi		X	X	X			
IV	Komersialisasi Masjid Kubah Emas, antara religius dan kapitalisme							
	IV.1 Simbol Agama dan Pariwisata	X					X	
	IV.1.1 Komodifikasi Dibalik fenomena Masjid Kubah Emas, Dian Al-Mahri		X					
	IV.2 CRSP's Memahami pemaknaan pengunjung dan masyarakat setempat						X	
	IV.3 Refleksi Sosiologis: Masjid Kubah Emas, Industri Pariwisata, dan Perubahan Sosial Masyarakat	X	X				X	X
V	Penutup							

**Keterangan:**

- P** : Pengamatan  
**WM** : Wawancara Mendalam  
**WTT** : Wawancara Tidak Terstruktur  
**LS/BPS** : Lembaga Survei/Badan Pusat Statistik  
**L** : Sumber dari Lembaga terkait  
**BK/M-K** : Buku, Majalah, Koran  
**SK-J-T-I** : Skripsi, Jurnal, Tesis, Internet

## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **Informan Pengelola Masjid Kubah Emas**

1. Siapa nama bapak/ibu?
2. Apa jabatan bapak/ibu di Masjid ini?
3. Bagaimana sejarah masjid kubah emas ini?
4. Berapa Luas masjid kubah emas ini?
5. Bagaimana pengelolaan pada masjid kubah emas ini?
6. Bagaimana profil organisasi pengelola masjid kubah emas ini?
7. Apakah ada kerja sama dengan pemerintah Depok?
8. Apakah ada kerja sama dengan pihak lain selain Pemerintah Depok?
9. Berapakah jumlah pengunjung yang datang perharinya?
10. Bagaimana dengan kegiatan yang ada pada masjid kubah emas ini?
11. Bagaimana dengan para pekerja yang ada di masjid kubah emas ini?
12. Bagaimana dengan pengelolaan ruko dan store souvenir, kantin dan cafeteria yang ada pada masjid ini?
13. Apakah pihak masjid pernah melakukan promosi terkait kerja sama dengan pihak luar?
14. Bagaimana kebijakan pengelola masjid terkait dengan masyarakat yang ingin melakukan pernikahan di masjid ini?

## **PEDOMAN WAWANCARA**

**Informan Pengelola/Pekerja Ruko Kantin/Souvenir/fotografer Masjid Kubah**

**Emas**

1. Siapakah nama bapak/ibu?
2. Sejak kapan bekerja di bagian ini?
3. Sejak pukul berapa hingga pukul berapa fasilitas ini beroperasi tiap harinya?
4. Berapakah pemasukan perharinya?
5. Pada hari-hari apakah ramai dan laris?
6. Apakah bapak/ibu pemilik ruko/usaha ini?
7. Jika bukan siapa yang memiliki dan mengelola ruko/usaha ini?
8. Bagaimanakah sistem pembagian profit dengan pihak masjid?

## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **Informan Pengunjung Masjid Kubah Emas**

1. Siapakah nama anda?
2. Dari mana asal anda?
3. Dengan siapa anda datang ke masjid kubah emas ini?
4. Dalam rangka apa anda datang ke masjid ini?
5. Apa saja yang anda lakukan di masjid ini?
6. Apakah anda melaksanakan sholat di masjid ini?
7. Menurut anda bagaimana dengan fasilitas yang ada pada masjid ini?
8. Kendaraan apa yang anda gunakan untuk kesini?
9. Bagaimana dengan harga tiket parkir masuk kendaraan masjid menurut anda?
10. Bagaimana perasaan anda mengenai peraturan yang ada di masjid ini?

## TRANSKIP WAWANCARA

Nama Informan : Bapak Haji Eko Sukarno

Pekerjaan : Pengelola Masjid Kepala Bagian Divisi Umum

Tempat Wawancara : Kantor Pengelola Masjid Kubah Emas lantai 1

Tanggal Wawancara : 22 April 2017

No	Pertanyaan	Deskripsi Data	Taksonomi
1.	Siapakah Nama Bapak?	Baiklah nama saya Haji Eko Sukarno yah, saya salah satu pengurus Dian Al-Mahri ya	Data diri informan
2.	Apa jabatan bapak di masjid ini?	Jabatan saya selaku kepala bagian divisi umum, yang lebih kepada humas dan hal-hal yang bersifat umum lainnya di masjid kubah emas atau masjid dian al-mahri ini.	Data diri informan
3.	Bagaimana sejarah masjid kubah emas ini?	Masjid ini di bangun dari tahun 1999, tepatnya pada bulan maret itu sudah persiapan untuk rancangan pertama sampai april 2006. Dan masjid ini pertama kali di buka untuk umum 31 desember 2006, bertepatan untuk sholat idul adha. Awal dibuat masjid ini untuk masjid keluarga oleh keluarga Haji Maimun	Sejarah berdirinya masjid kubah emas
4.	Berapakah luas masjid kubah emas ini?	Luas keseluruhan lahan masjid ini tau area masjid ini kurag lebih ya 60 hektar ya, dengan seluas itu area ini mampu menampung 15ribu jemaah.	Luas masjid kubah emas

5.	Bagaimana pengelolaan pada masjid kubah emas ini?	Masjid ini dikelola dan diurus bawah naungan Haji Maimun selaku ketua pada organisasi kepengurusan / pengelola dari masjid kubah emas ini. Serta pengurus lainnya ya warga sekitar sini juga ada ya kaya tukang kebun sama tukang jaga parkir ada beberapa yang warga sini, ada juga yang dari Cinere tapi ya engga jauh-jauh. Palingan yang jauh ya kaya ketua-ketua divisinya ada yang rumahnya di Ciputat. Kalo saya sendiri si ya masih wilayah Depok sini, di Gandul jadi ya deket karena harus setiap hari ke masjid	Bagan atau struktur pengurus masjid kubah emas
6.	Bagaimana Profil organisasi pada masjid kubah emas ini?	Untuk bagan pengelola/pengurus masjid ini nanti saya berikan saja ya, di print out. Karena pengelolaan masjid cukup luas, mulai dari divisi perkebunan/pertamanan, divisi dakwah dan lainnya. Semua itu diketuai oleh Haji Maimun seperti yang tadi saya katakan ya mba.	Bagan atau struktur pengurus masjid kubah emas.
7.	Apakah ada kerja sama dengan pemerintah Depok?	Sebenarnya si kerja sama bukan, tapi ada saran dari PEMDA untuk melakukan pengelolaan kendaraan yang masuk, karena kendaraan yang masuk kan cukup banyak dan membludak. Jadi ya dengan ticketing itu, untuk bayar retribusi ke pemda.	Keterkaitan pemerintah daerah Depok.
8.	Apakah terdapat	Tidak ada setau saya, ya kalau waktu itu	Keterkaitan

	<p>kerja sama dengan pihak lain selain pemerintah Depok?</p>	<p>ada indosat datang dan minta izin untuk kerja sama dalam jenis mengiklankan produknya dan juga arah masjid kubah emas.</p>	<p>pihak swasta</p>
9.	<p>Berapakah jumlah pengunjung yang datang perharinya?</p>	<p>Kalau ditanyakan pengunjung pastinya ya datanya tidak ada ya mba, soalnya kan ini bukan taman mini yang pake ticketing, disini pakenya tiket parkir, ya palingan taunya jumlah kendaraan yang datang ya mba, kalau sabtu minggu untuk motor saja ya bisa lebih dari 300 motor mba, untuk mobil dan bis pun sama. Tapi lebih banyak lagi saat hari-hari islam ya mba, itu bisa sampai membludak dan lebih dari 500 kendaraan keluar masuk. Ya di kira-kira saja orangnya, misal 1 motor 2 orang, ya kalau 100 motor berarti ada 200 orang, kalau mobil misalnya 1 mobil 4 orang, karena biasanya keluarga kan ya mba, dikalikan 100 saja sudah 400 orang, dilanjutkan dengan bis. Ya bisa mba kira-kira saja berapa jumlah pengunjungnya ya</p>	<p>Jumlah pengunjung masjid</p>
10.	<p>Bagaimana dengan kegiatan yang ada pada masjid kubah emas ini?</p>	<p>Untuk kegiatan-kegiatan di masjid ini rutinnnya ada pengajian mingguan ya mba, itu divisi dakwah yang mengatur siapa ustadnya dan waktunya. Sedangkan untuk tiap bulan puasa kita mengadakan buka</p>	<p>Kegiatan atau event pada masjid kubah emas</p>

		puasa bersama, dan tarawih tiap malam 1 juz sehingga 1 bulan sudah hatam, kemudian baca qur'an bersama, dan pada 10 hari terakhir ramadhan akan di buka 24 jam untuk itikaf dan sahur bersama gratis dari pengelola masjid. Pada idul adha juga terdapat potong kurban dari pihak keluarga Haji Maimun untuk para pekerja dan masyarakat sekitar. Selain itu disini juga untuk pernikahan dan akad nikah seperti yang mba tanyakan tadi.	
11.	Bagaimana dengan para pekerja yang ada di masjid kubah emas ini?	Para pekerja disini merupakan masyarakat sekitar, seperti yang mba lihat ada tukang kebun, tukang bersih-bersih dan lainnya. Kita berusaha untuk menghidupi masyarakat sekitar dulu mba supaya bisa bekerja.	Pekerja masjid kubah emas
12.	Bagaimana dengan pengelolaan ruko dan souvenir, kantin dan cafeteria yang ada pada masjid ini?	Itu semua dikelola dengan sistem bagi hasil ya mba sama bagian yang pegang itu semua, kaya sama kantin itu semua di bagi hasil sama rata mba, dan uangnya digunakan oleh pengelola untuk masjid.	Pengelolaan fasilitas masjid
13.	Apakah pihak masjid pernah melakukan	Tidak pernah ya mba, ya palingan indosat itu mereka yang datang minta izin	Promosi masjid

	promosi terkait kerja sama dengan pihak luar?		
14.	Bagaimana kebijakan pengelola masjid terkait dengan masyarakat yang ingin melakukan pernikahan di masjid ini?	<p>Untuk yang ingin menikah disini ya bisa menghubungi langsung pihak pengelola, namun ada jam-jam tertentu pelaksanaan resepsi pernikahan serta akad pernikahan.</p> <p>Untuk harga dan biaya itu semua rahasia antara pihak yang mau menikah dengan pengelola masjid ya mba. Kalau mau resepsi ya dipersilahkan di aula untuk berapa jam , dan untuk akad nikah itu sendiri harus di pagi hari pada pukul 7 hingga 10 pagi karena jam 10 masjid sudah di buka untuk umum, itupun agar pernikahan atau akad berjalan khidmat dan tidak terganggu orang lain atau pengunjung dan begitupun sebaliknya.</p>	Kebijakan akan pernikahan di Masjid Kubah Emas

## TRANSKIP WAWANCARA

Nama Informan : Pak Irwan

Pekerjaan : Juru Foto Masjid Kubah Emas (Kubah Emas Fotografi)

Tempat Wawancara : Depan Ruang Serba Guna

Tanggal Wawancara : 22 April 2017

No	Pertanyaan	Deskripsi Data	Taksonomi
1.	Siapakah Nama Bapak?	Panggil aja irwan mba	Data diri informan
2.	Sejak kapan bekerja di bagian ini?	Sudah 4 tahunan lah ya mba jadi tukang foto disini	Data diri informan
3.	Sejak pukul berapa hingga pukul berapa fasilitas ini beroperasi setiap harinya?	Dari masjid buka mba ya jam 10an atau 11an kalo tutup ya tergantung tapi biasanya kalo udah gelap, soalnya kan kalo foto gelap agak kurang bagus mba,	Informasi operasional fasilitas
4.	Berapakah Pemasukan perharinya?	Tergantung ya mba, di sinikan tukang fotonya sistem tukang foto lepas gitu, gimana ya bahasa sekarangnya mah freelance, siapa aja bisa jadi juru foto, 1 kali foto kan 25 ribu ya kalikan saja misalnya sehari saya dapet 10 foto ya berarti 250ribu , tapi itu kotor ya mba	Informasi pendapatan

5.	Pada hari apakah ramai dan laris?	Weekend mba, sabtu minggu, tanggal merah juga apalagi kalo tanggal merahnya yang hari-hari islam gitu mba, kalo hari biasa ya paling saya cuma dapet 5 foto, tapi ya selalu lumayan si mba soalnya kan masjid ini udah terkenal ya wisata religi, jadi banyak orang yang mau ngabadiin moment disini.	Informasi potensi ramai
6.	Apakah bapak pemilik usaha ini?	Bukan mba, disini kan juru foto lepas, jadi kita daftar ke pengelola bagian foto mba, nanti kita dapet rompi fotografi kubah emas buat di pake, tapi harus punya kamera sendiri, terus nanti kita bayar ke pihak pengelola kalau sudah jadi juru lepasnya. Kita juga pasarin bingkai fotonya mba, itu yang nyediain pengelola	Informasi kepemilikan usaha
7.	Jika bukan, siapa yang mengelola atau memiliki usaha ini?	Ya pengelola masjid mba ada pokonya, masjid kan divisinya banyak tuh , nah ada bagian yang urus ini juga, pokonya dia yg ngatur, kenaikan harga poto juga dia yang ngatur, dulu 15 terus 20 nah sekarang 25	Informasi kepemilikan usaha
8.	Bagaimanakah sistem pembagian	Kita juru foto lepas bayar, habis itu bisa jadi juru foto disini, nanti ka n	Informasi sistem bagi hasil

	profit dengan pihak masjid?	ada yang harus di setorin sama ada yang buat kita. Ya begitu aja si mba, kita kan modalnya cuma kamera , jadi ya lebih besar buat pengelola. Tapi ya lumayan mba sebagai penopang ekonomi utama keluarga ya hasilnya dari sini sih mba, Alhamdulillah lancar-lancar aja uangnya.	
--	-----------------------------	--	--

## TRANSKIP WAWANCARA

Nama Informan : Anisa

Pekerjaan : Karyawan Kantin Masjid Kubah Emas

Tempat Wawancara : Kantin/Cafeteria Masjid Kubah Emas

Tanggal Wawancara : 22 April 2017

No	Pertanyaan	Deskripsi Data	Taksonomi
1.	Siapakah Nama Mbak?	Anisa	Data diri informan
2.	Sejak kapan bekerja di bagian ini?	Berapa ya, ya udah ada mau 3 taun mba kerja disini, memang ini buat apa ya mba? Mba mau kerja disini?	Data diri informan
3.	Sejak pukul berapa hingga pukul berapa fasilitas ini beroperasi setiap harinya?	Mulai jam 10 sampe jam 5 sore aja si mba disini buka nya,	Informasi operasional fasilitas
4.	Berapakah Pemasukan perharinya?	Waduh kalo pemasukan perhari pastinya si kurang tau ya, palingan tau kotornya ya, soalnya kan saya mah jadi karyawan disini, palingan kalo sampe jam 5 ya bisa sampe 600ribuan itu kalo weekend ya	Informasi pendapatan
5.	Pada hari apakah ramai dan laris?	Rame ya weekend sih ya, kan banyak tuh yang dating banyak juga yang jajan-jajan atau beli	Informasi potensi ramai

		snack sama minuman	
6.	Apakah mba pemilik usaha ini?	Bukan kan saya cuma karyawan disini, trus di gaji perbulan gitu mba	Informasi kepemilikan usaha
7.	Jika bukan, siapa yang mengelola atau memiliki usaha ini?	Ini yang punya anaknya pemilik masjid mba, ya pengelola masjid ini juga , itu toko sopenir disamping juga sama dia yang punya, ruko ini sama isinya dipegang sama pengelola masjid ya rata2 anaknya yang punya si	Informasi kepemilikan usaha
8.	Bagaimanakah sistem pembagian profit dengan pihak masjid?	saya bukan yang punya atau nyewa, disini kita cuma sebagai karyawan aja mba yang jagain , kita di gaji tiap bulan kan kita kerja disini. Kalau yang ngurusin uang keluar masuk, barang keluar masuk itu anaknya mba, iya anaknya pemilik masjid ini mba. Dia yang ngelola langsung, jadi kita engga tau ya namanya cuma kerja, kaya jaga toko aja	Informasi sistem bagi hasil

## Transkrip Wawancara

Nama Informan : Pak Marjuki

Pekerjaan : Security Parkir

Tempat Wawancara : Tempat Parkir Motor

Tanggal Wawancara : 23 April 2017

No	Pertanyaan	Deskripsi Data	Taksonomi
1.	Siapakah nama bapak?	Marjuki , ya panggil aja bang marjuk	Informasi data diri
2.	Sudah berapa lama bapak menjadi security parkir disini?	Sudah berapa lama ya, saya lupa ya kira-kira udah mau 5 apa 6 tahun ya, ya sekitar segituan	Informasi data diri
3.	Berapakah tarif parkir disini?	kaya bisa di lihat di tiket parkirnya kalo motor 5ribu, kalo mobil 10ribu, untuk bis 50ribu , kaya tarif parkir dimana mana si mba ini mah segituan	Informasi tarif parkir
4.	Berapakah jumlah kendaraan yang masuk perharinya?	Waduh kalo motor untuk motor pas hari libur atau sabtu minggu bisa sampe 600 motor, klo hari biasa palingan 100 atau malah kurang , buat mobil ya bisa 200an yang keluar masuk atau lebih, bus-bus ya ga sampai segitu	Informasi jumlah kendaraan yang masuk

		Cuma bisa bikin parkir langsung padat , satu rombongan biasanya bawa 2 sampe 4 bus kalo yang dari jauh.	
5.	Apakah uang parkir itu untuk bapak sepenuhnya karena sudah menjaga?	Ya engga dong haha, ini mah uang di setorin ke pengelola, saya mah dapetnya gaji bulanan kan kerja disini haha. Ya ini si katanya buat retribusi ke PEMKOT juga soalnya kan parkir.	Informasi dana parkir

## TRANSKIP WAWANCARA

Nama Informan : Hidayaneu

Pekerjaan : Mahasiswa, Pengunjung Masjid Kubah Emas

Tempat Wawancara : aula masjid kubah emas

Tanggal wawancara : 22 April 2017

No.	Pertanyaan	Deskripsi Data	Taksonomi
1.	Siapakah nama anda?	Hidayaneu, panggil saja aneu	Data diri informan
2.	Dari mana asal anda?	Saya dari bogor	Data diri informan
3.	Dengan siapa anda datang ke masjid kubah emas?	Bersama teman kerja saya (partner kerja)	Data jumlah pengunjung informan
4.	Dalam rangka apa anda datang ke masjid kubah emas?	Untuk mencari lokasi photo shoot mba haha	Informasi tujuan kedatangan
5.	Apa saja yang anda lakukan di masjid ini?	Kebetulan photo shoot aja , ya foto-foto di lokasi yang bagus	Informasi kegiatan di masjid
6.	Apakah anda melaksanakan sholat di masjid ini?	Kebetulan saya sedang halangan jadi tidak sholat	Informasi kegiatan religius di masjid
7.	Menurut anda bagaimana dengan	Fasilitasnya baik si cuma toiletnya kurang cermin	Informasi testimony fasilitas

	fasilitas yang ada pada masjid ini?		di masjid kubah emas
8.	Kendaraan apa yang anda gunakan untuk kesini?	Karena cuma berdua ya jadinya naik motor	Informasi penggunaan kendaraan
9.	Bagaimana dengan harga tiket parkir masuk kendaraan masjid menurut anda?	Ya masih terjangkau ya kalau masih 5000 rupiah untuk motor	Informasi pendapat pengunjung mengenai harga tiket kendaraan
10.	Bagaimana perasaan anda mengenai peraturan yang ada di masjid ini?	Gak ada masalah mengenai peraturan cuma agak terganggu mungkin ketika ada hajatan, soundnya terlalu keras sampai terdengar ke tempat solat. Parkir motor di depam terlalu jauh, kalau mau solat jalannya jauh kalau panas kepanasan, hujan kehujanan	Informasi mengenai peraturan di masjid menurut pengunjung yang datang

## TRANSKIP WAWANCARA

Nama Informan : Renita

Pekerjaan : Pengunjung Masjid

Tempat Wawancara : Aula utama masjid

Tanggal Wawancara : 22 April 2017

No.	Pertanyaan	Deskripsi Data	Taksonomi
1.	Siapakah nama anda?	Nama saya renita	Informasi data diri
2.	Dari mana asal anda?	Dari bogor	Informasi data diri
3.	Dengan siapa anda datang ke masjid kubah emas?	Kesini bareng-bareng keluarga.	Data jumlah pengunjung informan
4.	Dalam rangka apa anda datang ke masjid kubah emas?	Beribadah dan sekalian karena saya beserta keluarga penasaran sama masjid kubah emas ini. katanya kan masjid ini dari emas udah gitu masjidnya juga megah dan besar.	Informasi tujuan kedatangan
5.	Apa saja yang anda lakukan di masjid ini?	Muter-muter masjid, liat-liat sekeliling sama foto-foto mba ya banyak sama keluarga	Informasi kegiatan di masjid
6.	Apakah anda melaksanakan sholat di masjid ini?	Iya sholat zuhur tadi	Informasi kegiatan religius di masjid
7.	Menurut anda bagaimana dengan	Cukup bagus dan lengkap ya jadinya mau apa apa ada, sudah	Informasi testimoni fasilitas di masjid

	fasilitas yang ada pada masjid ini?	gitu ada tukang foto gitu ya jadi kaya bisa buat abadiin momen sama keluarga gitu, langsung di cetak juga.	kubah emas
8.	Kendaraan apa yang anda gunakan untuk kesini?	Pake mobil, kebetulan karena sama keluarga jumlahnya 6 orang, kalo naik motor agak susah juga ya	Informasi penggunaan kendaraan
9.	Bagaimana dengan harga tiket parkir masuk untuk kendaraan menurut anda?	Lumayan si yah, engga berasa soalnya kan dibayarin jadi ya enak aja kalau sama keluarga	Informasi pendapat pengunjung mengenai harga tiket kendaraan
10.	Bagaimana perasaan anda mengenai peraturan yang ada di masjid ini?	Sejauh ini si ya baik-baik saja peraturannya, hanya saja kadang terlalu berisik sama ibu-ibu yang selalu ngomong pake pengeras suara buat ingetin sandal sama sepatu di titipin. Jadi engga kondusif gitu agak berisik, tapi ya engga apa apa buat ketertiban juga ya	Informasi mengenai peraturan-peraturan di masjid menurut pengunjung

## TRANSKIP WAWANCARA

Nama Informan : Wicak Dewa S.

Pekerjaan : Pengunjung Masjid

Tempat Wawancara : Gedung Serba Guna Masjid Kubah Emas

Tanggal Wawancara : 22 April 2017

No.	Pertanyaan	Deskripsi Data	Taksonomi
1.	Siapakah nama anda?	Nama saya Wicak Dewa	Informasi data diri
2.	Dari mana asal anda?	Dari tangerang selatan ya tepatnya di Ciputat	Informasi data diri
3.	Dengan siapa anda datang ke masjid kubah emas?	Dengan teman-teman kampus	Data jumlah pengunjung informan
4.	Dalam rangka apa anda datang ke masjid kubah emas?	Sholat jumat sekalian jalan-jalan sekalian beribadah, capek kan ya kalo jalan-jalan ke tempat wisata kaya pemandangan alam atau dufan begitu ya, pengen lebih dekat ke Allah SWT dengan beribadah, lagian juga ini masjidnya bagus unik. Bisa ibadah sekaligus refreshing, foto-foto juga bagus spotnya disini	Informasi tujuan kedatangan
5.	Apa saja yang anda lakukan di masjid ini?	Sholat jumat sekalian foto-foto	Informasi kegiatan di masjid
6.	Apakah anda	Iya sholat jumat tadi	Informasi kegiatan

	melaksanakan sholat di masjid ini?		religius di masjid
7.	Menurut anda bagaimana dengan fasilitas yang ada pada masjid ini?	Sangat lengkap nyaman dan aman fasilitasnya ya, sangat bagus pemandangannya masjid ini	Informasi testimoni fasilitas di masjid kubah emas
8.	Kendaraan apa yang anda gunakan untuk kesini?	Pake mobil	Informasi penggunaan kendaraan
9.	Bagaimana dengan harga tiket parkir masuk untuk kendaraan menurut anda?	Lumayan si yah, engga berasa mahal	Informasi pendapat pengunjung mengenai harga tiket kendaraan
10.	Bagaimana perasaan anda mengenai peraturan yang ada di masjid ini?	Sangat bagus ya tertib juga peraturannya, tapi sayangnya laki-laki engga boleh masuk ke bagian perempuan padahal bagus banget itu buat di foto	Informasi mengenai peraturan-peraturan di masjid menurut pengunjung

## RIWAYAT PENULIS



**Setyana Budiarti**, lahir di Cilacap pada 08 Agustus 1995, merupakan anak sulung dari dua bersaudara. Pendidikannya dimulai dari taman kanak-kanak selama 1 tahun, kemudian melanjutkan dan menamatkan pendidikan Sekolah Dasar di SDN Parung 04. Dilanjutkan dengan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 01 Parung dan Sekolah Menengah Atas di SMAN 01 Parung. Pada tahun 2013 penulis mengikuti jalur SNMPTN dan diterima sebagai Mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta.

Sejak memasuki dunia perkuliahan, penulis mulai mengikuti organisasi yaitu pada Bem Jurusan Sosiologi. Penulis aktif pada Departement Sosial dan Politik dan menjabat sebagai bendahara tingkat Jurusan selama 1 tahun kepengurusan. Selain aktif pada organisasi Bem Jurusan, penulis juga aktif pada dunia perkuliahan. Kemudian, penulis juga memiliki pengalaman mengajar pada bimbingan belajar Santo Lukas dan privat lepas atau *freelance*.

Selama perkuliahan peneliti banyak melakukan penelitian pada mata kuliah Antropologi, Sosiologi Pedesaan, Sosiologi Perkotaan, Sosiologi Perilaku Menyimpang, Sosiologi Keluarga, Manajemen Pendidikan, Sosiologi Kurikulum dan pada tingkat akhir peneliti melakukan Kuliah Kerja Lapangan pada Desa Kemutug Lor, Kecamatan Baturaden dan melakukan Praktik Kegiatan Mengajar di SMAN 55 Jakarta Selatan selama kurang lebih 3 bulan. Penulis juga pernah mengikuti berbagai macam lomba *Business Plan* tingkat nasional dan juga *Speech Contest* tingkat Kabupaten selama penulis bersekolah di jenjang SMA.