

# Komodifikasi Agama: Masjid Agung As-Salam Kota Lubuk Linggau sebagai Destinasi Wisata Religi

Holina

UIN Raden Fatah Palembang  
pascaholy.uinsgd@gmail.com

Raden Roro Sri Rejeki Waluyajati

UIN Sunan Gunung Djati Bandung  
rorosrirejeki@uinsgd.ac.id

## Suggested Citation:

Holina, Holina; Waluyajati, Raden Roro Sri Rejeki. (2023). Komodifikasi Agama: Masjid Agung As-Salam Kota Lubuk Linggau sebagai Destinasi Wisata Religi. *Jurnal Iman dan Spiritualitas*, Volume 3, Nomor 3: 455-464. <http://dx.doi.org/10.15575/jis.v3i3.30091>

## Article's History:

Received October 2023; Revised October 2023; Accepted October 2023.  
2023. journal.uinsgd.ac.id ©. All rights reserved.

## Abstract:

*The phenomenon of mosques becoming religious tourism is a phenomenon that is currently popular, has become a new trend nowadays, and will continually develop in various regions. The phenomenon of mosques becoming religious tourism destinations also occurred at the As-Salam Grand Mosque in Lubuk Linggau City, South Sumatra. The great interest shown by the community in this mosque after it was revitalized was due to the uniqueness, splendor, and facilities available in this mosque. The Great As-Salam Mosque's architecture also follows the Nabawi Mosque's architecture in Medina. The author raised this research to explain the commodification of the revitalization of the As-Salam Grand Mosque as a religious tourism destination. The research methodology used is a qualitative-descriptive method with a field research model. The research techniques used in this research are observation, interviews, and documentation. The results of the study show that there is a synchronization between the theory of religious commodification and the reality on the ground, that the revitalization carried out by the Great As-Salam Mosque changes religious symbols which were originally traditional and spiritual changes towards a more modern and commercial direction, secondly the impact of the function and role of the mosque which was previously only as a Places of worship have become broader and more varied, namely as religious tourism. It also impacts the surrounding community's religious behavior by increasing the number of worshipers carrying out worship activities and the community's involvement around the mosque in activities carried out by the As-Salam Grand Mosque.*

**Keywords:** *Muslim architecture; tourist facilities; community involvement; revitalization of mosques; religious symbol.*

## Abstrak:

Fenomena masjid menjadi wisata religi merupakan fenomena yang sedang populer, menjadi trend baru saat ini dan akan selalu berkembang di berbagai daerah. Fenomena masjid menjadi destinasi wisata religi juga terjadi di Masjid Agung As-Salam Kota Lubuk Linggau, Sumatera Selatan. Besarnya animo masyarakat terhadap masjid ini setelah direvitalisasi disebabkan oleh keunikan, kemegahan dan fasilitas yang tersedia pada masjid ini. Arsitektur Masjid Agung As-Salam juga mengikuti arsitektur Masjid Nabawi di Madinah. Penulis mengangkat penelitian ini guna menjelaskan komodifikasi revitalisasi Masjid Raya As-Salam sebagai destinasi wisata religi. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan model penelitian lapangan. Teknik penelitian

yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya sinkronisasi antara teori komodifikasi agama dengan kenyataan di lapangan, bahwa revitalisasi yang dilakukan Masjid Agung As-Salam mengubah simbol-simbol keagamaan yang semula tradisional dan perubahan spiritualitas ke arah yang lebih modern dan modern. arah komersial, kedua dampak fungsi dan peran masjid yang tadinya hanya sebagai tempat ibadah menjadi lebih luas dan bervariasi yaitu sebagai wisata religi. Sehingga berdampak juga pada perilaku keagamaan masyarakat sekitar yaitu dengan meningkatnya jumlah jamaah yang melaksanakan kegiatan ibadah dan keterlibatan masyarakat sekitar masjid dalam kegiatan yang dilaksanakan Masjid Raya As-Salam.

**Kata Kunci:** arsitektur muslim; fasilitas wisata; keterlibatan masyarakat; revitalisasi masjid; simbol keagamaan.

## PENDAHULUAN

Keberadaan Masjid telah menjadi sebuah indikator dari perkembangan Agama Islam pada suatu wilayah (M. T. Rahman, 2021). Hal ini dibuktikan dengan jumlah dari masjid yang sangat banyak dan begitu mudah untuk ditemui terutama di Wilayah Indonesia Bagian Barat. Hal ini tentu memberi kemudahan kepada umat dalam melaksanakan peribadatan ke masjid yang paling dekat dari tempat umat itu berada. Tetapi seiring dengan berkembangnya zaman serta keunikan yang terdapat di masjid-masjid, telah menyebabkan umat Islam untuk datang ke masjid tersebut walaupun jarak yang ditempuh cukup jauh. Pada saat ini masjid tidak hanya menjadi tempat untuk melaksanakan peribadatan tetapi juga sebagai tempat untuk banyak kegiatan yang lain.

Dalam perjalanannya saat ini, masjid telah dipergunakan untuk banyak kegiatan, salah satunya ialah dijadikan destinasi untuk berwisata. Masjid yang telah menjadi destinasi wisata yang bisa disebut juga sebagai wisata religi pada saat sekarang begitu digemari. Fenomena masjid yang menjadi wisata religi juga pernah terjadi pada beberapa masjid yang ada di Indonesia diantaranya Masjid Kubah Emas Dian Al- Mahri di Depok, Masjid Agung Demak di Demak, Masjid Agung Baitus Shobur di Lampung, Masjid 99 kubah di Makassar, Masjid Raya Al- Jabbar di Bandung, Masjid Raya Syeikh Zayed di Solo, dan masih banyak masjid lainnya yang menjadi wisata religi. Fenomena masjid yang menjadi wisata religi ini merupakan fenomena yang sedang hits, menjadi trend baru pada zaman sekarang dan akan selalu berkembang di berbagai wilayah.

Fenomena masjid yang menjadi tujuan destinasi wisata religi terjadi pula di Provinsi Sumatera Selatan yaitu pada Masjid Agung As-Salam Kota Lubuk Linggau, yang begitu diminati oleh orang banyak sejak pertama peresmianya setelah di revitalisasi pada tahun 2015 sampai dibuka untuk umum sejak tahun 2017. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak H. Lutfi Ishak yang menjabat sebagai Ketua Pengurus Masjid Agung As-Salam Kota Lubuk Linggau. Beliau mengatakan bahwa sejak dibukanya Masjid ini, pengunjung yang datang begitu ramai, terutama di hari libur atau saat hari raya keagamaan. Pada saat liburan di tahun 2021, pengunjung dari Masjid Agung As-Salam mencapai 3000 orang.

Animo besar yang ditunjukkan oleh masyarakat kepada masjid ini dikarenakan oleh keunikan, kemegahan dan fasilitas yang ada di masjid ini. Hal ini sesuai dengan perkataan Bapak H. Lutfi Ishak yang menjabat sebagai Ketua Pengurus Masjid Agung As-Salam Kota Lubuk Linggau mengatakan bahwa masjid ini dari awal berdiri sampai dengan saat ini sudah mengalami revitalisasi sebanyak satu kali. Pada tahun 2013 di masa pemerintahan Bapak Walikota H. SN. Prana Putra Sohe yang memiliki Visi dan Misi Linggau Madani dan BISA (Brain, Inovation, Speech, Accountability). Pak Prana memiliki ide untuk merevitalisasi dan memperluas bangunan masjid menjadi 1000 M2. Pada tahun 2015, dimulailah pembangunan masjid dengan anggaran puluhan miliar, kemudian Masjid Agung As-Salam menjadi destinasi wisata religi yang ada di Kota Lubuk Linggau yang memiliki dapat menampung 1.500 orang jamaah. Halaman masjid juga diperluas dengan banyak penambahan seperti taman kurma, penambahan kubah yang berukuran kecil menjadi enam buah, pendopo, lift pada menara kembar, air mancur yang didatangkan dari China, mimbar, tempat untuk berwudhu, mihrab, lahan parkir, taman, gudang dan aula serba guna.

Arsitektur dari Masjid Agung As-Salam ini memiliki kemiripan dengan arsitektur Masjid Nabawi yang berada di Madinah. Bapak Lutfi selaku ketua pengurus Masjid Agung As-Salam mengatakan bahwa masjid ini kata kebanyakan orang memiliki kemiripan dengan Masjid Nabawi yang dibangun oleh Nabi Muhammad SAW. Selain bangunannya yang indah dan juga megah, masjid ini juga dikelilingi oleh pohon kurma yang berjumlah 63 buah. Jumlah pohon kurma yang ditanam ini melambangkan usia nabi Muhammad SAW. Masjid Agung As-Salam telah

menjadi destinasi wisata religi yang banyak dikunjungi, pihak pengurus masjid tentu memberikan sarana yang terbaik pada masjid ini. Berdasarkan pada wawancara di atas dan hasil observasi, sarana yang terdapat di masjid ini tentunya tempat beribadah, tempat wudhu dan kamar mandi yang paling utama kemudian ditunjang juga oleh pembangkit listrik, sound sistem, penyejuk udara, perlengkapan pengurusan jenazah, aula serbaguna, ruang belajar TPA, tempat penitipan sepatu, Gudang, taman, Menara kembar, mini market dan juga lahan parkir serta bermacam-macam fasilitas yang mendukung kegiatan lainnya. Fasilitas itu terus berkembang bersama-sama sejak masjid ini menjadi destinasi wisata religi (Sudibya, 2018).

Hal tersebut tentu menyebabkan masjid ini selain sebagai simbol agama juga menjadi sebuah industri pariwisata. Senada dengan ucapan mantan Menteri Pariwisata RI Bapak Arif Yahya yang mengatakan bahwasannya Indonesia mempunyai potensi pariwisata yang berbasis religi yang begitu lengkap dan telah diakui oleh dunia internasional.

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia juga sudah melaksanakan berbagai upaya untuk memberikan dorongan dalam wisata religi ini supaya dapat terus berkembang. Hal tersebut didukung pula oleh Bapak Sandiaga Salahuddin Uno sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, yang mempunyai keinginan untuk mengembangkan masjid-masjid yang ada di Indonesia sebagai destinasi wisata religi. Bapak menteri telah menjelaskan bahwasannya Kememparekraf akan berkoordinasi dengan Dewan Masjid Indonesia untuk terus berinovasi dalam mengembangkan wisata religi di Indonesia. Bapak Menteri kemudian menjelaskan bahwa tujuan dari pengembangan sebuah masjid yang dijadikan destinasi wisata religi ialah untuk memakmurkan masjid (Abduh, 2021).

Hal ini juga terjadi pada Masjid Agung As-Salam yang terletak di jalan Garuda kecamatan Lubuk Linggau Barat II, Kota Lubuk Linggau Sumatera Selatan. Ini ini tentu menjadi angin segar untuk industri pariwisata yang ada di Kota Lubuk Linggau. Wisata religi tentu saja sudah memberikan banyak pemasukan pada industri pariwisata di Indonesia. Baik itu pemerintah maupun kepada pengelola tempat wisata religi tersebut. Untuk para pengelola dari industri pariwisata, hadirnya simbol-simbol agama yang menjadi wisata religi itu sudah menjadi tempat yang baru dalam mendongkrak pariwisata dan juga mendapatkan pemasukan. Oleh sebab itu, seperti fenomena Masjid Agung As-Salam ini yang menjadi wisata religi tentu akan terciptanya beraneka ragam fasilitas yang akan memberikan kenyamanan terhadap pengunjung yang datang ke masjid ini.

Masjid Agung As-Salam yang menjadi tempat wisata religi tentu dipengaruhi oleh pasar. Maksud dari potensi pasar disini ialah potensi dari banyaknya umat beragama Islam baik itu yang berada di Indonesia maupun yang ada di dunia yang menjadi pengunjung dari masjid ini. Wisata religi kemudian dapat melihat kecenderungan di pasar untuk menciptakan sebuah destinasi wisata (Sofieanisya, 2022). Potensi pasar yang ada di Indonesia terutama umat beragama itu sendiri sangat dipengaruhi oleh Umat Islam karena mayoritas dari penduduk Indonesia beragama Islam. Begitu pula dengan potensi dari Umat Islam yang ada di dunia pada saat sekarang ini terus mengalami peningkatan. Kecenderungan ini dapat dilihat dari data Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat (Ditjen Bimas) Islam Kementerian Agama (Kemenag) bahwasannya jumlah mushola dan masjid yang sudah mendaftarkan di Kemenag berada pada angka 700.000 bangunan.

## METODE

Jenis Penelitian dalam penelitian ini mempergunakan penelitian lapangan (field research). Penelitian yang dilaksanakan dengan terjun secara langsung ke lapangan untuk mendapatkan data yang memiliki keterkaitan dengan tema yang diteliti (Mulyana, 2008). Sedangkan metode pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang sifatnya deskriptif, pada prosesnya penulis menjelaskan sebuah fenomena apa adanya yang terjadi di lapangan, fenomena tersebut selanjutnya dituangkan dalam bentuk kata-kata atau gambar (Usman & Akbar, 2008). Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini ialah observasi, wawancara dan dokumentasi (Herdiansyah, 2010).

Teknik analisis data pada penelitian ini mempergunakan metode analisis interpretasi dan analisis interaktif. Analisis Interpretasi dipergunakan pada saat mengumpulkan data, mempertunjukkan sebuah arti, mengungkapkan serta mengutarakan esensi dari makna filosofis yang berada pada data secara objektif (Kaelan, 2005). Instrumen penelitian ini ialah pedoman wawancara yang berupa daftar pertanyaan tentang Revitalisasi Masjid As-Salam Menjadi Destinasi Wisata Religi. Dalam menentukan informan pada penelitian ini, penulis mempergunakan teknik purposive sampling, ialah pengambilan sampel berdasarkan pada tujuan penelitian dan yang menjadi informan harus memenuhi kriteria sebagai sebuah sampel (Sugiyono, 2015).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Teori Komodifikasi Agama

Dalam buku karangan Chris Barker, Komodifikasi ialah sebuah proses yang kemudian diasosiasikan sebagai kapitalisme di mana sebuah objek akan diubah menjadi sebuah komoditas yang memiliki kesesuaian dengan tujuan paling utamanya ialah dijual di pasaran (Baker & Umum, 1992). Sedangkan menurut Masco di dalam bukunya yang memiliki judul "The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal" (Mosco, 2000) telah memberikan penjelasan bahwasannya komodifikasi ialah suatu perubahan dari nilai guna kemudian menjadi nilai tukar. Sebuah barang kemudian dinilai tidak hanya berdasarkan pada kemampuan serta kegunaannya saja untuk memenuhi kebutuhan tetapi dinilai berdasarkan oleh sesuatu yang dapat dihasilkan.

Greg Fealy awalnya yang mempopulerkan konsep dari komodifikasi agama pada *Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Piety in Contemporary Indonesia*, didalam Greg Fealy dan Sally White, *Expressing Islam: Religious Life and Political in Indonesia* (Fealy & White, 2008). Dalam tulisan tersebut, Greg berpendapat bahwa istilah dari komodifikasi itu memiliki asal kata dari Commodity, yang memiliki arti benda komersial atau objek sebuah perdagangan. Komodifikasi agama merupakan komersialisasi yang terjadi pada ranah agama termasuk didalamnya mengubah keimanan dan simbol-simbol agama menjadi sebuah komoditas yang bisa diperjualbelikan demi mendapatkan keuntungan. Tidak lupa pula dikemas sedemikian rupa supaya menjadi suatu komoditas yang dapat memberikan keuntungan.

Alex Thornbush dan J David Knotterus, telah mengatakan bahwa *Consumer Ritualized Symbolic Practice* atau CRSP's adalah salah satu yang menyebabkan munculnya sebuah komodifikasi agama. Di tahun 2008 pada sebuah Pertemuan American Sociological Association di Boston, mereka mengatakan bahwa bahwa CRSP's ialah "*CRSP's are the ways people employ cultural objects as a commodity to be produced, marketed and consumed like other commodities*". CRSP's ini memberi penjelasan bagaimana cara dari suatu masyarakat untuk mempergunakan simbol-simbol dari agama menjadi sebuah komoditas yang bisa diproduksi, didistribusi kemudian dikonsumsi seperti komoditi yang lain. Simbol-simbol dari agama itu kemudian diposisikan menjadi sebuah objek yang akan diubah sedemikian menarik agar dapat mendatangkan keuntungan di pasar.

Revitalisasi adalah cara untuk menghidupkan atau memvitalkan kembali suatu hal yang eksistensinya begitu berarti, selanjutnya eksistensi itu perlu untuk dijaga dan juga dikembangkan (Agung, 2015).

Masjid setidaknya memiliki tiga kajian secara makna ialah, Pertama, memiliki kaitan dengan aspek secara individu yaitu menciptakan manusia yang mempunyai iman. Kedua, memiliki kaitan dengan aspek secara sosial yaitu terbentuknya umat yang memiliki kesiapan untuk menjalankan kehidupan dengan banyak situasi maupun kondisi yang dialami serta memiliki kemampuan untuk hidup masyarakat yang memiliki arti luas, berbangsa maupun bernegara. Yang paling penting pada aspek ini ialah kepribadian (akhlak) yang merupakan basis dinamik dalam bangunan sosial yang sangat kokoh. Ketiga, memiliki kaitan dengan aspek fisik-bangunan merupakan pembuktian terhadap ketauhidan, kekokohan dalam jalinan sosial yang mempunyai sikap konstruktif maupun produktif (Hasibuan, 2002).

Wisata religi merupakan salah satu dari jenis pariwisata yang memiliki keterkaitan yang begitu erat dengan aktivitas agama ataupun menjadi tempat khusus yang mempunyai keterkaitan terhadap aspek-aspek religi suatu agama (Maesaroh, 2019).

Keberagamaan memiliki arti pembicaraan tentang pengalaman ataupun fenomena yang menyangkut hubungan diantara agama dan para penganutnya, atau sebuah keadaan yang terdapat di dalam diri seseorang atau penganut agama yang mendorongnya dalam bersikap sesuai dengan agama yang dianutnya. Sikap keberagamaan ini merupakan kombinasi yang kompleks diantara pengetahuan mengenai agama, perasaan tentang agama dan tindakan keagamaan pada diri seseorang. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya sikap keberagamaan bertautan dan berhubungan sangat erat dengan gejala-gejala kejiwaan (Rakhmat, 2021).

Menurut C. Y. Glock dan R. Stark dalam bukunya *American Piety: The Nature of Religious Commitment*, telah menyebutkan bahwa terdapat lima dimensi agama pada diri manusia yaitu:

1. Dimensi Ideologis. Berhubungan dengan kepercayaan keagamaan untuk memberikan penjelasan mengenai Tuhan, manusia, alam dan hubungan antar mereka. Dimensi ini mengandung pengakuan terhadap kebenaran dari doktrin agama.
2. Dimensi Intelektual. Pada dimensi ini mengacu kepada pengetahuan dari ajaran-ajaran agama yang dipunyai oleh seseorang. Dimensi ini juga dapat mengetahui berapa tingkat pengetahuan dari agama, tingkat ketertarikan dalam mempelajari agama dari para penganutnya.

3. Dimensi Eksperensial. Pada dimensi ini memiliki keterkaitan dengan persepsi, pengalaman, sensasi dan perasaan yang telah dialami oleh seseorang atau dipersepsikan oleh kelompok-kelompok keagamaan pada saat melakukan ritual keagamaan.
4. Dimensi Ritualistik. Pada dimensi ini melingkupi pedoman pokok dalam pelaksanaan ritual, prosedur ritual, frekuensi ritual dari penganut agama tentu mempunyai makna pada kehidupannya.
5. Dimensi Konsekuensi dan Dimensi Sosial. Dimensi ini melingkupi semua implikasi sosial dalam pelaksanaan ajaran agama. Pada dimensi ini menyajikan gambaran tentang efek dari ajaran suatu agama dengan etos kerja, kepedulian terhadap penderitaan yang dialami orang lain, hubungan interpersonal dan sebagainya.

### Gambaran Umum Masjid Agung As-Salam Kota Lubuk Linggau

Masjid Agung As-Salam adalah masjid terbesar, termegah dan dijadikan ikon dari Kota Lubuk Linggau. Masjid ini berada di Jalan Garuda, Kelurahan Pasar Pemiri, Kecamatan Lubuk Linggau Barat II Kota Lubuk Linggau, Provinsi Sumatera Selatan. Pada awalnya ide untuk membangun masjid ini dimulai di tahun 1990 yang merupakan inisiatif dari Bapak Nanan Solihin. Dalam pembangunannya, Masjid ini menggunakan dana hibah dari masyarakat, yang diperoleh dari sumbangan siswa-siswa baik itu dari tingkat Sekolah dasar (SD) sampai pada Sekolah Menengah Atas (SMA). Pengembangan Masjid menjadi lebih modern yang pembangunannya dimulai pasca reformasi tahun 1998 pada masa pemerintahan Walikota Lubuk Linggau Bapak Riduan Effendi (H. Lutfi, Wawancara 12 Desember 2022). Sebelum bernama Masjid Agung As-Salam terdapat beberapa nama usulan seperti Al-Bari, As-Salam, Baitul Ridho, dan Baitul Solihin. Pada tahun 2006 baru diputuskan oleh Bapak Riduan Effendi nama masjid itu ialah Masjid Agung As-Salam. Nama tersebut mempunyai arti Yang Maha Pemberi Kesejahteraan. Masjid ini diharapkan dapat memberi kesejahteraan kepada semua Umat Islam terkhusus Masyarakat yang berada di Kota Lubuk Linggau.

Pada tahun 1990 sampai sebelum direvitalisasi masjid ini hanya mempunyai satu kubah besar. Kubah ini bernama Galvalume duco coating, karena berbentuk seperti kubah bawang. Kubah tersebut mempunyai ukuran yang begitu besar serta memiliki warna hijau muda dengan tonggak berbentuk jarum tajam yang tertancap di puncaknya. Masjid ini pada awalnya sebelum direvitalisasi hanya terdapat satu menara yang memiliki fungsi sebagai pengeras suara dari muadzin sehingga dapat terdengar oleh masyarakat sekitar sebagai penanda waktu shalat. Bentuk fisik dari Masjid Agung As-Salam ini masih sangat sederhana, pada masjid belum terdapat pendingin ruangan atau AC, pada bagian dinding masjid belum dilapisi marmer, pada bagian pintu dan jendela juga hanya di cat berwarna putih, karpet masjid tidak menutupi seluruh ruangan dalam masjid, hanya sekitar tiga shaf yang dilapisi karpet. Halaman masjid tidak terlalu luas dan bangunan masjid tidak terlalu luas hanya dapat menampung 300 jamaah.

Pada tahun 2015 dilaksanakannya revitalisasi oleh Bapak Walikota Lubuk Linggau dengan anggaran puluhan milyar dan diresmikan untuk umum pada tahun 2017. Setelah direvitalisasi Masjid Agung As-Salam terlihat sekali perbedaannya, dari tampilan warna dan full keramik untuk halaman masjid dan juga terdapat 40 pilar tiang pada masjid, hal ini menggambarkan usia nabi Muhammad saw saat menjadi Rasul. Berikut beberapa bagian hasil revitalisasi fisik dan fungsi pada masjid:

#### 1. Atap

Pada saat ini di atap Masjid Agung As-Salam memiliki kubah yang berbeda terdiri dari 6 kubah berukuran kecil dan satu kubah yang sangat besar. Kubah jenis ini bernama kubah Galvalume duco coating, dikarenakan bentuk dari kubah itu seperti bentuk bawang yang biasanya disebut sebagai Indo Parisani. Di Masjid Agung As-Salam ini mempunyai satu kubah utama yang berukuran paling besar jika dibandingkan dengan kubah yang berada disekitarnya. Kubah utama ini mempunyai filosofi. Menurut Bapak H. Luthfi Ishak S.Sos, "... Filosofi atau inspirasi dari kubah utama yang peletakannya sengaja di tengah kemudian dibuat lebih besar dari kubah yang berada disekelilingnya dengan tujuan sama seperti Allah, Allah itu Maha Besar, Allah itu juga hanya ada satu. Keenam kubah yang berada di sekelilingnya memiliki maksud dari rukun Iman ada enam, dan Allah juga menyukai angka ganjil oleh sebab itu total kubah yang berada diatas itu berjumlah tujuh buah". Banyaknya kubah yang berjumlah tujuh buah ini menurut informasi yang disampaikan oleh Bapak H. Luthfi menggambarkan tujuh langit, tujuh masa, dan tujuh surga dalam ajaran Islam. Berdasarkan observasi langsung, kubah menyerupai bentuk kelopak bunga yang mendasari tonggak jarum tajam yang tertancap di puncaknya. Dengan dipadukannya warna kuning keemasan dan biru, jika dilihat dari dalam, kubah ini dihiasai dengan ornamen kaligrafi. Pada bagian dalam kubah masjid ini tampak kaligrafi dengan jenis khat Kufi yang diberi warna merah, hijau, kuning, biru, ungu serta coklat.

2. Menara  
Untuk menara saat sebelum direvitalisasi hanya terdapat satu menara, namun setelah direvitalisasi terdapat dua menara yang berada di samping kubah. Salah satu dari menara tersebut mempunyai lift kapsul dengan ketinggian 30 meter yang bertujuan supaya masyarakat dan pengunjung dapat menikmati keindahan masjid ini dan dapat menikmati pemandangan kota Lubuk Linggau dari atas lift kapsul.
3. Karpet  
Selain design interior dan perpaduan warna yang menawan pada masjid Agung As Salam ini adanya karpet yang sangat lembut didesain khusus dengan lambang kota Lubuk Linggau. Anggaran yang dikeluarkan untuk karpet ini berkisar 900 juta dan anggaran ini dibantu oleh Pemerintah Kota Lubuk Linggau, petugas masjid hanya berkewajiban untuk menjaga dan merawatnya saja agar selalu bersih, dan nyaman ketika digunakan ibadah oleh para jamaah.
4. Ruang Utama Masjid  
Di dalam masjid terdapat tiang yang berjumlah 40, hal ini melambangkan pada usia ke 40 tahun Nabi Muhammad SAW diangkat menjadi rosul. Fungsi tiang ini adalah penyangga dari atap masjid yang berjumlah enam kubah. Tiang pada masjid ini dibuat dari material beton yang dapat dibeli di dalam negeri. Selanjutnya lapisannya dibuat dari bahan granit yang dibeli dari Tiongkok, China. Daya tampung jamaah dilantai bawah ini adalah berjumlah 3000 jamaah. Pada lantai atas terdapat pula ruang sholat, lemari mukena dan lemari sajadah yang dapat dipergunakan untuk beribadah. Untuk menuju lantai atas, dapat melewati tangga masjid yang berada di dalam masjid bagian belakang pada kedua sisi yaitu sisi kanan dan sisi kiri masjid. Daya tampung jamaah pada lantai atas ini adalah 2000 jamaah. Jadi jumlah seluruh jamaah yang dapat ditampung di dalam Masjid Agung As-Salam Kota Lubuk Linggau baik dilantai bawah dan atas berjumlah 5000 jamaah.
5. Taman Kurma  
Pada halaman masjid terdapat pohon kurma yang berjumlah 63 pohon. Jumlah pohon kurma yang ditanam ini melambangkan usia nabi Muhammad SAW, dengan adanya pohon kurma ini dapat menambah kesejukan dari masjid.
6. Air Mancur  
Di halaman Masjid Agung As-Salam terdapat air mancur yang dapat menari, namun air mancur ini hanya dihidupkan pada saat hari besar keagamaan tertentu misalnya saat ada acara Tabligh Akbar, saat Ramadhan dan saat Idul Fitri karena jika dihidupkan terus anak-anak biasanya banyak yang berenang disekitar air mancur dan dikhawatirkan anak-anak akan terkena aliran listrik (kesetrum).
7. Panggung Pada Halaman Masjid  
Pada halaman Masjid ini terdapat panggung dengan ukuran 15x30 meter yang juga sudah dilengkapi dengan lampu sorot dan dibelakang panggung ini terdapat air mancur yang bisa menari yang hanya dihidupkan saat ada acara tertentu, pada bagian panggung inilah dijadikan tempat untuk berbagai macam acara, seperti pernikahan outdoor, tabligh akbar, zikir akbar atau pun acara wisuda munaqosah TK/TPQ Al-Qur'an anak-anak ataupun acara musik religi.
8. Gedung Islamic Center  
Masjid Agung As Salam setelah direvitalisasi juga terdapat Gedung Islamic Center yang berfungsi sebagai media penyiaran atau pengembangan kegiatan-kegiatan keagamaan.

### Revitalisasi Fungsi Masjid Agung As-Salam

1. Fungsi Bangunan Masjid Agung As-Salam Sebelum Di Revitalisasi Sebagai Destinasi Wisata Religi  
Sebelum di revitalisasi, Masjid Agung As-Salam belum banyak melaksanakan kegiatan. Hal ini berdasarkan pernyataan Bapak H.Lutfi Ishak S.Sos yaitu:  
Kegiatan Masjid Agung As-Salam sebelum direvitalisasi tidak banyak dan juga tidak aktif dalam kegiatan keagamaan maupun kegiatan sosial, hanya saja masjid dibuka untuk melaksanakan sholat jamaah. Saat sholat zuhur dan ashar biasanya hanya didatangi jamaah berkisar 5-7 orang saja, dan sholat maghrib dan isya jamaah yang hadir sekitar 10-15 orang saja, dan saat sholat subuh hanya 5-10 jamaah saja yang datang, tetapi untuk kegiatan ceramah atau kultum sebelum sholat zuhur dan sesudah sholat subuh sudah dijalankan. Masjid Agung As-Salam ini juga sebelum direvitalisasi selalu dibuka 24 jam namun jumlah jamaah yang datang ke masjid ini tidak pernah lebih dari 20 orang. Untuk kegiatan keagamaan lain seperti pengajian atau acara hari keagamaan, atau pun Qurban sebelum direvitalisasi juga tidak pernah diadakan. Hanya dibuka

untuk sholat idul fitri dan idul adha saja itu pun jumlah jamaah hanya sekitar 300 orang, padahal daya tampung jamaah saat Masjid Agung As-Salam sebelum direvitalisasi berjumlah 1000 orang (H. Lutfi, Wawancara 22 Mei 2023).

2. Fungsi Bangunan Masjid Agung As-Salam Setelah Di Revitalisasi Sebagai Destinasi Wisata Religi
  - a. Bidang Keagamaan. Masjid Agung As-Salam secara rutin melaksanakan sholat lima waktu berjamaah, terdapat pula jadwal ceramah rutin yang diadakan sebelum sholat zuhur dan ceramah sesudah sholat subuh. Selain kegiatan sholat berjamaah dan ceramah rutin, masjid ini juga melaksanakan tabligh akbar yang dilaksanakan pada hari-hari besar keagamaan seperti Maulid Nabi, Isra Mi'raj, Tahun Baru Islam dan pengajian-pengajian rutin. Masjid Agung As-Salam pernah mengundang beberapa ustadz kondang lainnya yakni, Prof. Dr. Khalid Basalamah, Syaikh Dr. Fathallah Muhammad Fathalla, selaku Ketua Masayikh Delegasi Al Azhar Mesir, Ustadz Taufiqurrahman Pimpinan Pondok Pesantren Data Bogor, Habib Ahmad Al- Habsyi, Syeikh Ahmad Al- Misry, Ummah Peggy Melati Sukma, Gus Miftah dan juga Ustadz Hanan Attaki dalam acara tabligh akbar yang dihadiri sekitar 5000. Selain acara tabligh akbar dan pengajian rutin, Masjid Agung As-Salam juga memfasilitasi sebagai tuan rumah dalam Acara Musabaqoh Tilawatil Qur'an tingkat Provinsi dan Seleksi Tilawah Al-Qur'an Dan Hadist, para dewan hakim juga ada beberapa dari imam Masjid Agung As-Salam sendiri (H. Lutfi, Wawancara 22 Mei 2023). Masjid Agung As-Salam juga setelah direvitalisasi juga memfasilitasi kegiatan anak-anak seperti manasik haji anak-anak PAUD, kegiatan pendidikan Al Qur'an (TPA), dan juga tempat untuk pelatihan sholat anak-anak remaja. Kegiatan keagamaan lain yang juga difasilitasi oleh Masjid Agung As-Salam yakni pelepasan calon jamaah haji, termasuk didalamnya imam dan beberapa marbot Masjid Agung As-Salam yang juga difasilitasi untuk melaksanakan haji di tahun 2023.
  - b. Bidang Sosial Keagamaan. Pada bidang Sosial Keagamaan, pemberdayaan zakat, infaq, shodaqoh dan wakaf di Masjid Agung As-Salam dilaksanakan melalui ATM beras, jumat berkah, air minum gratis, buka bersama, penyembelihan hewan qurban dan khitanan massal.

Revitalisasi yang dilaksanakan pada Masjid Agung As-Salam menyebabkan terjadinya komodifikasi. Membicarakan tentang komodifikasi pada Masjid Agung As-Salam tidak bisa dilepaskan dari segi ekonominya. Berdasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Greg Fealy dan Sally White, komodifikasi agama merupakan komersialisasi yang terjadi pada ranah agama termasuk didalamnya mengubah keimanan dan simbol-simbol agama menjadi sebuah komoditas yang bisa diperjualbelikan demi mendapatkan keuntungan (Fealy & White, 2008).

Membicarakan komodifikasi pada Masjid Agung As-Salam sebagai simbol agama telah dilaksanakan oleh pihak tertentu, sehingga komodifikasi berimplikasi kepada terjadinya proses produksi, distribusi dan konsumsi melalui bentuk dari komodifikasi itu sendiri. Bentuk komodifikasi yang terjadi pada Masjid Agung As-Salam secara garis besar dibagi menjadi dua ialah yang pertama menjadikan masjid sebagai destinasi wisata religi dan yang kedua menjadikan masjid sebagai tempat acara. Kemudian kedua bentuk komodifikasi itu secara terus menerus dilengkapi dan dikembangkan dengan bentuk komodifikasi yang lain untuk menambah fasilitas dan menambah daya tarik yang bisa membangkitkan ketertarikan dari pengunjung. Berbagai bentuk dari komodifikasi itu kemudian dikemas sangat menarik, hal ini menjadi upaya agar mendapat nilai lebih pada Masjid Agung As-Salam sebagai destinasi wisata religi.

### **Teori CRSP's dalam Memahami Pemaknaan Umat Islam Sebagai Konsumen**

Selanjutnya ialah memperlihatkan umat Islam yang menjadi konsumen dari Masjid Agung As-Salam ini. Masjid yang merupakan simbol dari agama yang sangat suci dan juga sakral serta semua aktivitas religius lainnya yang terlaksana di masjid ini dijadikan produk agama kemudian dikemas yang akan dikonsumsi oleh semua masyarakat yang paling utama adalah Umat Islam. Dilihat dari pemaknaannya, pengunjung dan juga masyarakat sekitar, peneliti menggunakan teori praktik ritual simbolik konsumen atau Consumer Ritualized Symbolic Practice adalah salah satu yang menyebabkan munculnya sebuah komodifikasi agama yang dikemukakan oleh Alex Thornburg dan J David Knotterus.

CRSP's ini telah menjelaskan bagaimana cara dari suatu masyarakat untuk mempergunakan simbol-simbol dari agama sebagai sebuah komoditas yang bisa diproduksi, didistribusi kemudian dikonsumsi seperti komoditi yang lain. Simbol-simbol dari agama itu kemudian diposisikan menjadi sebuah objek yang akan diubah sedemikian menarik sehingga dapat mendatangkan keuntungan di pasar. Selanjutnya Thornburg dan Knotterus juga memberi

penjelasan tentang beberapa faktor yang bisa digunakan sebagai indikator untuk mengetahui adanya tindakan dari CRSP's ini yaitu:

Pertama ialah CRSP's create religions as an abstracted and reified religious object to be marketed and consumed. Kata lainnya ialah membuat agama supaya bisa dipasarkan dan dikonsumsi. Masjid As-Salam merupakan simbol dari agama yang memiliki keunikan dengan semua kegiatan religi yang dilaksanakan kemudian dibuat supaya bisa menarik perhatian konsumen dalam pasar wisata religi serta membuat agama menjadi rasional bisa dinikmati oleh masyarakat yang menjadi objek (Thornburg & Knotterus, 2008). Kedua ialah CRSP's created a religious brand name for social communication and consumption, terciptanya cap agama ataupun satu brand agama supaya bisa dinikmati dan diinformasikan kepada masyarakat luas. Pada penelitian ini brand ataupun cap untuk masjid yang merupakan simbol dari agama ialah "destinasi wisata religi". Ketiga ialah CRSP's create religion as an avenue for economic and psychological well being, menjadikan agama sebagai celah yang dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan secara ekonomi dan juga secara psikologi. Agama yang memberikan kepuasan secara psikologi juga dipandang memiliki peluang untuk bisa menghasilkan ekonomi lewat agama yang kemudian dikemas serta sengaja untuk dinikmati oleh pasar (Thornburg & Knotterus, 2008).

Poin terakhir yang digunakan dalam mendukung komodifikasi agama pada Masjid Agung As-Salam ialah agama merupakan pelayanan yang memiliki sifat rasional. Masjid Agung As-Salam menjadi destinasi wisata religi merupakan langkah yang sangat rasional yang dipergunakan oleh masyarakat agar bisa mendapatkan layanan agama seperti pengajian, dakwah tabligh akbar maupun ceramah yang terdapat pada masjid itu. Selain itu juga menjadi destinasi wisata religi yang mempunyai keunikan akan arsitekturnya, hal ini juga menyebabkan agama dilihat menjadi rasional yang bisa dinikmati dan diekspresikan keislamannya oleh Umat Islam itu sendiri (M. T. Rahman & Anwar, 2022; Thornburg & Knotterus, 2008). Sebagai pilihan dari layanan yang memiliki sifat rasional, Masjid Agung As-Salam dikunjungi bukan sekedar hanya simbol agama dari Umat Islam, tetapi juga ada pilihan secara rasional tentang keunikan dan juga kualitas dari simbol agama itu sehingga dapat dinikmati dan mengekspresikan keagamaannya.

Seperti banyaknya pengunjung dari Masjid Agung As-Salam jika dibandingkan dengan masjid yang terdapat di sekitarnya, hal ini disebabkan oleh setiap individu Muslim mempunyai pilihan yang bersifat rasional untuk menikmati sebuah produk Islami. Begitu pula dengan masyarakat muslim dapat mempersepsikan Masjid Agung As-Salam menjadi destinasi wisata religi dan hanya menikmati keindahan serta arsitekturnya tanpa harus melaksanakan ibadah didalamnya. Semua itu merupakan pilihan secara individu maupun kelompok masyarakat yang beragama Islam sebagai konsumennya.

### Dampak Komodifikasi

Setelah direvitalisasi, Masjid Agung As-Salam mengalami komodifikasi sehingga menjadi destinasi wisata religi di Kota Lubuk Linggau Hal ini tentu akan berkaitan juga terhadap sikap keberagamaan masyarakat sekitar masjid. Banyak masyarakat sekitar masjid mengatakan ketika mengunjungi dan beribadah di Masjid Agung As-Salam ini dapat menambah nilai religius di dalam dirinya. Sikap Religiusitas atau keagamaan dapat membawa manusia masuk dalam internalisasi nilai-nilai agama pada diri seseorang.

Berdasarkan teori C.Y. Glock and R Stack dalam paradigma tentang lima dimensi beragama (Stark & Glock, 1968), sholat dan pengajian yang diikuti oleh warga sekitar semenjak masjid mengalami revitalisasi ini sebagai bentuk dari dimensi ideologi atau keyakinan. Dengan menjalankan sholat berjamaah di masjid mereka berharap akan dapat menjadikan mereka sebagai umat Islam yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah dan lebih dekat dengan Allah SWT. Selain dimensi keyakinan pengalaman warga sekitar yang melaksanakan sholat berjamaah di Masjid Agung As-Salam juga menghadirkan dimensi eksperensial atau pengalaman keagamaan yang merujuk pada perasaan tergetar ketika mereka mendengarkan lantunan bacaan Al-Qur'an saat dipimpin oleh imam Masjid Agung As-Salam karena suara imam yang merdu dan fasih, sehingga para jamaah yang hadir dapat larut dan menghayati bacaan dalam sholat sehingga sholat yang dijalani bisa terasa lebih khusyu'.

Hal ini memiliki kesesuaian dengan analisa yang dilakukan oleh Ninian Smart (Smart, 2009) mengenai dimensi agama. Smart mengatakan bahwa dimensi agama memiliki tujuh bagian, ialah: 1) Dimensi praktis dan ritual (ritual or practical). 2) Dimensi naratif atau mistis (narrative or mythic). 3) Dimensi pengalaman atau emosional (experiential or emotional). 4) Dimensi sosial atau institusional (social or institutional). 5) Dimensi etis atau legal (ethical or legal). 6) Dimensi doktrinal dan filosofis (doctrinal or philosophical). 7) Dimensi material. Pada Dimensi material berhubungan dengan barang dan alat yang dipergunakan dalam melaksanakan ibadah termasuk juga bangunan ibadahnya (M. Rahman, 2018). Begitu juga di Masjid Agung As-Salam yang selalu ramai dan begitu

antusiasnya pengunjung maupun jamaah untuk datang ke masjid ini, memiliki kesesuaian dengan salah satu dimensi yang dikemukakan oleh Ninian Smart yaitu dimensi material. Dimensi material ini adalah dimensi yang terdapat di setiap agama karena dapat dilihat langsung oleh manusia ialah bentuk bangunan, ritual yang dilaksanakan dan juga karya seni yang terdapat dalam rumah ibadah tersebut.

Sehingga Masjid Agung As-Salam setelah di revitalisasi menonjolkan keindahan bangunan menjadi lebih megah dan desain yang mirip dengan Masjid Nabawi di Madinah dilengkapi juga dengan ukiran-ukiran kaligrafi, taman kurma, dan karpet masjid yang dibuat khusus. Hal ini sangat mendukung kenyamanan fisik dalam beribadah para jamaah maupun pengunjung. Hal ini menyebabkan tingkat keberagamaan masyarakat lebih meningkat lewat penghayatan dan pengamalannya saat beribadah di Masjid Agung As-Salam ini.

Dimensi pengalaman ini juga berkaitan dengan keterlibatan warga sekitar yang juga ikut hadir ketika ada pengajian atau tabligh akbar yang diadakan oleh Masjid Agung As-Salam. Para jamaah warga sekitar masjid yang hadir dalam kegiatan pengajian atau tabligh akbar mendapatkan manfaat salah satunya adalah perubahan sikap supaya tidak mudah berputus asa atau pandai bersyukur, dan lebih tenang. Salah satu manfaat inilah yang membuat para jamaah juga akan selalu hadir dalam kegiatan pengajian atau taligh akbar yang diadakan oleh Masjid Agung As-Salam.

Kegiatan-kegiatan keagamaan yang diikuti oleh warga sekitar ini juga berkaitan dengan dimensi intelektual atau pengetahuan, untuk menambah wawasan dan pengetahuan, warga sekitar juga turut hadir dalam pengajian atau tabligh akbar seperti salah satu contoh dari mbak lia yang mengatakan mengikuti tabligh akbar yang diisi oleh Ustadz Hanan Ataki yang tujuan kehadiran dari Mbak Lia adalah untuk mendapatkan pemahaman keagamaan sehingga dengan pemahaman keagamaan yang mantap juga dapat dipraktekkan langsung dilapangan dan juga dapat membagi ilmu yang didapat tersebut kepada keluarga dan orang-orang disekitarnya.

Program jum'at berkah ini yaitu pembagian nasi, kopi dan snack secara gratis setiap hari jum'at. Makanan dan minuman yang dibagikan ini didapat dari para donatur bisa dari warga sekitar masjid, atau pun para pengunjung yang datang, setiap pembagian pada program jum'at berkah ini berdasarkan keterangan dari Pak Beni selaku bendahara Masjid Agung As-Salam berkisar antara 300-500 orang yang menerimanya. Warga sekitar masjid agung juga ada yang ikut berkontribusi dalam program jumat berkah ini.

Program yang ada di Masjid Agung As-Salam ini juga adalah adanya ATM beras, untuk Masyarakat yang membutuhkan. Pembagian beras ini selalu dilaksanakan setiap bulan dengan berat masing-masing penerima sebesar 5 kg. Masjid Agung As-Salam juga memiliki depot air minum gratis yang dapat diakses kapan pun oleh pengunjung ataupun masyarakat sekitar yang datang ke Masjid Agung As-Salam, program ini diharapkan agar para pegunjung yang datang juga tidak kerepotan jika kehausan karena perjalanan. Walaupun sebenarnya juga di dalam lingkungan masjid juga terdapat 212 mart dan kios marth-booth. Setiap warga sekitar atau pun pengunjung yang datang dapat mengambil air minum secara gratis maksimal 1 galon per orang setiap hari.

Di dalam lingkungan Masjid Agung As-Salam terdapat juga 212 mart yang menjual aneka macam snack, minuman bahkan barang-barang pelengkap ibadah seperti tasbih, sarung, mukena dan Al-Qur'an, 212 mart ini dikelola oleh salah satu pengurus Masjid Agung As-Salam sendiri dan untuk keuntungannya akan dibagikan sebagai penghasilan tambahan dari pengurus masjid tersebut. Untuk kios mart-booth ini diberikan oleh Bank Sumsel Babel Syariah kepada para pengurus masjid dalam program ekonomi syariah Masjid Agung As-Salam, program ini diterapkan guna dapat membantu ekonomi para pengurus masjid. Mengenai identitas keagamaan, Masjid Agung As-Salam sebelum direvitalisasi merupakan masjid yang hanya berafiliasi dengan satu organisasi keagamaan saja yaitu Nahdatul Ulama. Namun sejak Masjid Agung As-Salam mengalami revitalisasi masjid menjadi lebih terbuka dan lebih plural dengan menerima semua organisasi keagamaan, baik dari Muhammadiyah, Persis, dan Jamaah Tabligh (Beni Oktariza, Wawancara 10 Mei 2023). Dikarenakan menambahnya pemahaman tentang agama bagi para pengurus maka para pengurus membangun kepercayaan diantara berbagai kelompok keagamaan dan aliran. Hal tersebut sesuai dengan prinsip dasar semua agama adalah toleransi, karena semua agama pada dasarnya mencintai perdamaian dan anti kekerasan.

## KESIMPULAN

Dalam penelitian ini terjadi sinkronisasi antara revitalisasi dengan teori komodifikasi, bahwa teori komodifikasi menurut Greg Fealy merupakan komersialisasi yang terjadi pada agama termasuk di dalamnya mengubah simbol-simbol agama menjadi komoditas yang menguntungkan. Hal ini terbukti dari revitalisasi yang dilakukan oleh Masjid Agung As-Salam dengan membangun besar-besaran dan memperindah masjid dengan anggaran puluhan milyar merupakan salah satu bentuk dari komodifikasi pada aspek simbol-simbol keagamaan.

Revitalisasi yang dilaksanakan di masjid agung as salam ini dengan berubahnya simbol- simbol keagamaan pada masjid kemudian juga mengubah dan berdampak kepada pola perilaku beragama, yang pada awalnya nilai-nilai masjid cenderung spiritualis dan tradisional mengarah ke bentuk modern dan komersil. Dilihat dari perannya, masjid ternyata mengalami transformasi pada perilaku budaya, masjid tidak hanya sebagai tempat ibadah tetapi juga memiliki kaitan dengan banyak aspek kehidupan seperti aspek sosial, ekonomi, pendidikan dan wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M. (2021). Pengelolaan Masjid Agung Islamic Center Sebagai Objek Wisata Religi. *Jurnal Kebijakan Publik*, 12(1), 43–48.
- Agung, A. A. G. (2015). Pengembangan model wisata edukasi-ekonomi berbasis industri kreatif berwawasan kearifan lokal untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2).
- Baker, A., & Umum, O. M. (1992). Filsafat Pengada dan Dasar-dasar kenyataan. *Yogyakarta: Kanisius*.
- Fealy, G., & White, S. (2008). *Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia*. Institute of Southeast Asian Studies.
- Hasibuan, H. L. H. (2002). *Pemberdayaan masjid di masa depan*. Bina Rena Pariwisata.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Salemba Humanika.
- Kaelan, M. S. (2005). Metode penelitian kualitatif bidang filsafat. *Yogyakarta: Paradigma*.
- Maesaroh, R. (2019). *Dampak citra destinasi, kualitas pelayanan dan harapan wisatawan wisata ziarah Banten Lama terhadap kepuasan wisatawan*. Guepedia.
- Mosco, V. (2000). *The political economy of communication: Rethinking and renewal*. University of Toronto Press.
- Mulyana, D. (2008). Metodologi penelitian kualitatif: Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Rahman, M. (2018). Visualisasi Agama di Ruang Publik: Komodifikasi, Reproduksi Simbol dan Maknanya. *HUMANISTIKA: Jurnal Keislaman*, 4(1), 91–106.
- Rahman, M. T. (2021). *Sosiologi Islam*. Prodi S2 Studi Agama-Agama UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Rahman, M. T., & Anwar, R. K. (2022). The Development Potential for Local Communities of Religious Tourists Visiting Sacred Graves. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 10(2), 7.
- Rakhmat, J. (2021). *Psikologi agama*. Mizan Publishing.
- Smart, N. (2009). *Ninian Smart on World Religions: Religious experience and philosophical analysis. I. Autobiographical. 'Methods in my life' (Vol. 1)*. Ashgate Publishing, Ltd.
- Sofieanisya, S. (2022). *Strategi pemerintahan Desa dalam mengembangkan wisata Religi: Studi Cagar Budaya Masjid Peninggalan Syekh Jafar Sidiq di Desa Cibiuk Kidul, Kecamatan Cibiuk, Kabupaten Garut*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Stark, R., & Glock, C. Y. (1968). *American piety: The nature of religious commitment (Vol. 1)*. Univ of California Press.
- Sudibya, B. (2018). Wisata desa dan desa wisata. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 1(1), 22–26.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Thornburg, A., & Knotterus, J. D. (2008). Consumer Ritualized Symbolic Practices: A theory of Religious Commodification. *103rd Annual Meeting of the American Sociological Association, Boston*.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).