

LAYANAN PEMAKAMAN MEWAH MUSLIM: KOMODIFIKASI DAN REINTERPRETASI PEMAKAMAN

Jurnal Analisa Sosiologi
Oktober 2024, 13 (4): 855-879

Rafi Akhbar Kurniawan¹, Sujadi²

Abstract

This article examines the phenomenon of luxury Muslim funerals in Indonesia that reflects the negotiation between traditional Islamic values and modernity among middle-class Muslims. Using a qualitative approach, this study explores how the commodification of religious values affects funeral practices and the meaning of death. The study found that luxury funeral services such as Al-Azhar Memorial Garden not only offer exclusive facilities, but also integrate religious values and social status symbols through modern narratives that are in accordance with Islamic law. Luxury funerals become symbolic spaces that represent piety, class identity, and modern lifestyle aspirations. Moreover, the reinterpretation of funerals and death by middle-class Muslims indicates a self-transformation that reinforces religious practices in daily life. Thus, this phenomenon reflects the complex social dynamics between religiosity, materialism and modernity in urban Muslim society.

Keywords: *Luxury Funerals, Middle-Class Muslims, Commodification*

Abstrak

Artikel ini membahas fenomena pemakaman mewah Muslim di Indonesia yang mencerminkan negosiasi antara nilai-nilai tradisional Islam dan modernitas di kalangan Muslim kelas menengah. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana komodifikasi nilai-nilai religius memengaruhi praktik pemakaman dan pemaknaan terhadap kematian. Studi ini menemukan bahwa layanan pemakaman mewah seperti Al-Azhar Memorial Garden tidak hanya menawarkan fasilitas eksklusif, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai religius dan simbol status sosial melalui narasi modern yang sesuai dengan syariat Islam. Pemakaman mewah menjadi ruang simbolik yang merepresentasikan kesalehan, identitas kelas, dan aspirasi gaya hidup modern. Selain itu, reinterpretasi pemakaman dan kematian oleh Muslim kelas menengah menunjukkan adanya transformasi diri yang memperkuat praktik religius dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, fenomena ini mencerminkan dinamika sosial yang kompleks antara religiusitas, materialisme, dan modernitas dalam masyarakat Muslim urban.

Kata Kunci: **Pemakaman Mewah, Kelas Menengah Muslim, Komodifikasi**

^{1,2}UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

¹ rafiakhbar2000@gmail.com

² sujadi@uin-suka.ac.id

PENDAHULUAN

Pemakaman mewah mulai berkembang di Indonesia pada awal 2000-an, dipelopori oleh pengusaha lokal yang terinspirasi oleh model pemakaman modern dari negara lain. Dua contoh signifikan dalam pengembangan bisnis ini adalah San Diego Hills Memorial Park dan Heaven Memorial Park (Salmon, 2016). Sejak awal kemunculannya pada tahun 2012, (detikFinance, 2012) bisnis pemakaman mewah telah menarik perhatian masyarakat Indonesia. Fenomena ini memunculkan berbagai respon, terutama yang mempertanyakan elemen “mewah” dalam konteks pemakaman. Majelis Ulama Indonesia (MUI) merespons dengan mengeluarkan fatwa nomor 9 tahun 2014, yang menyatakan bahwa jual beli tanah pemakaman mewah yang mengandung unsur *tabdzir* (pemborosan) dan *israf* (berlebihan) hukumnya haram (Mahmudah, 2023). Selain itu, kritik terhadap praktik ini juga datang dari tokoh Muslim Salafi, M. Abduh Tuasikal yang menekankan bahaya *riya'* (pamer), pentingnya kesederhanaan, serta larangan berlebihan dalam pengurusan jenazah (Tuasikal, 2022). Meski demikian, hingga tahun 2024, bisnis pemakaman mewah terus berkembang dan menjadi sektor yang menjanjikan, ditandai dengan munculnya pemakaman-pemakaman mewah baru di beberapa kota besar seperti Yogyakarta (Ayu, 2024) dan Banten (Property, 2024).

Belakangan ini, pemakaman mewah kembali menjadi bahan perbincangan khususnya di media sosial, setelah dua konten kreator ternama dengan nama akun *@fannykondoh* dan *@clarashintareal* membagikan video yang berisi kegiatan mereka membeli makam mewah di platform Tiktok dan Instagram. Postingan tersebut mendapatkan banyak atensi dari netizen karena interpretasi keduanya terhadap kematian dan gambaran kemewahan makam yang ditunjukkan dalam video. Kolom komentar pun berubah menjadi ruang diskusi dan perdebatan. Di satu sisi, ada netizen yang berpandangan positif dengan memberikan apresiasi, afirmasi, dan argument pendukung. Di sisi lain, ada netizen yang berpandangan bahwa pemakaman mewah bertentangan dengan nilai-nilai Islam tradisional seperti kesederhanaan dan gotong-royong.

Pemakaman mewah menjadi isu kontroversial karena mencerminkan perbedaan pandangan antara Muslim tradisional dan kelas menengah terhadap kematian. Bagi Muslim kelas menengah, kematian dipandang sebagai bagian dari perencanaan hidup yang mengintegrasikan nilai religius dengan simbol status sosial melalui konsumsi. Membeli makam mewah bukan hanya kesiapan menghadapi kematian, tetapi juga cara menampilkan citra diri dan status sosial. Fenomena ini menjadikan pemakaman mewah simbol identitas budaya yang berkembang di tengah dinamika masyarakat urban.

Komodifikasi agama di Indonesia muncul seiring transformasi sosial sejak akhir Orde Baru, ditandai dengan meningkatnya penggunaan simbol-simbol Islam dalam gaya hidup modern, seperti jilbab, makanan halal, perbankan syariah, dan fesyen Islami (Hasbullah, 2000). Fenomena ini sejalan dengan konsumerisme muslim yang mencerminkan perpaduan antara kebutuhan spiritual dan aspirasi sosial kelas menengah Muslim dalam menghadapi ketidakpastian sosial-ekonomi. Konsumerisme halal menjadi cara untuk mengekspresikan kesalehan individu sekaligus membangun identitas kolektif komunitas Muslim (Rakhmani, 2019). Islam tidak lagi hanya menjadi urusan spiritual, tetapi juga bagian integral dari modernitas dan gaya hidup. Hal ini terlihat dalam cara nilai-nilai Islam diintegrasikan dengan elemen konsumerisme, termasuk simbol-simbol religius yang dijadikan komoditas atau gaya hidup (Heryanto, 2011). Greg Fealy menjelaskan bahwa komodifikasi adalah proses mengubah simbol dan praktik agama menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan, meskipun definisi ini kerap diperdebatkan karena dianggap mengabaikan motivasi religius di baliknya (Fealy, n.d.). Dalam fenomena pemakaman mewah, praktik ini menggabungkan kesalehan dengan kemewahan, menunjukkan bagaimana konsumsi kelas menengah Muslim terus berkembang dalam lanskap budaya modern.

Penelitian mengenai komodifikasi, konsumerisme, dan muslim kelas menengah sampai saat ini hanya berfokus pada hubungan ketiganya dengan ekspresi kesalehan (Zailani & Ulinuha, 2023) dan gaya hidup modern yang islami (Rohman, 2023). Adapun penelitian ini menawarkan perspektif baru

dalam memahami dinamika komodifikasi agama dan konsumerisme di kalangan Muslim kelas menengah.

Adapun penelitian mengenai pemakaman mewah di Indonesia cenderung berputar pada aspek ekonomi seperti hubungan persepsi dan faktor ekonomi terhadap tingkah laku pembelian, (Firmiana, 2014). serta aspek hukum Islam tentang kebolehan jual beli makam mewah (Affandy, 2015). Di Barat, penelitian terbaru mengenai pemakaman dalam aspek sosiologis dilakukan oleh Avrill Madrell (Maddrell & Mathijssen, 2022), dia mengeksplorasi pemakaman sebagai ruang dinamis yang mencerminkan norma budaya, agama, dan sosial melalui organisasi spasial, elemen simbolik, serta hubungan berkelanjutan dengan almarhum.

Fenomena pemakaman memang telah banyak dibahas, namun aspek sosiologis dari komodifikasi nilai religius dalam konteks Muslim kelas menengah belum dieksplorasi secara mendalam. Khususnya di Indonesia, kajian mengenai bagaimana kelas menengah Muslim memahami kemewahan dalam konteks. Oleh karena itu, artikel ini menawarkan perspektif baru dengan mengeksplorasi komodifikasi pemakaman sebagai simbol status sosial yang mencerminkan negosiasi antara nilai religius dan modernitas serta transformasi nilai religius dalam konteks masyarakat muslim kelas menengah di perkotaan. Artikel didasarkan pada 2 argument dasar. Pertama, dalam konteks Muslim kelas menengah, nilai-nilai pemakaman islam tradisional telah dikomodifikasi dan kemewahan pemakaman mewah muslim berusaha dinegosiasikan agar selaras dengan nilai-nilai Islam, sehingga memungkinkan interpretasi baru tentang hubungan antara religiusitas dan materialisme. Kedua, munculnya trend pembelian makam mewah di kalangan kelas muslim menengah berdampak pada reinterpretasi pemakaman dan terjadinya transformasi diri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena pendekatan ini paling sesuai untuk mengeksplorasi fenomena sosial yang kompleks, seperti pemakaman mewah, yang melibatkan makna, nilai, dan pengalaman subjektif. Sebagaimana dinyatakan oleh Creswell (Creswell & Creswell, 2018), metode kualitatif bertujuan untuk memahami dan

menangkap makna dari suatu fenomena atau problem dalam masyarakat secara mendalam. Pendekatan ini relevan dengan fokus penelitian ini yang berkaitan dengan pengalaman, pemaknaan, dan praktik sosial yang kompleks terkait dengan komodifikasi dan transformasi nilai-nilai religius dalam layanan pemakaman mewah. Penelitian ini juga menggunakan analisis wacana terhadap narasi yang terdapat di situs web layanan pemakaman mewah, seperti Al-Azhar Memorial Garden, serta akun media sosial influencer. Analisis wacana digunakan untuk memahami bagaimana teks dan visual di media tersebut mencerminkan narasi eksklusivitas, religiusitas, dan aspirasi kelas menengah Muslim tentang pemakaman mewah. Pendekatan ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana pemakaman diinterpretasikan melalui komunikasi digital (media sosial).

Subjek penelitian difokuskan pada Al-Azhar Memorial Garden sebagai objek studi utama, mengingat posisinya sebagai salah satu penyedia layanan pemakaman mewah terkemuka yang secara eksplisit mengintegrasikan nilai-nilai religius dan eksklusivitas dalam layanan mereka. Pemilihan ini didasarkan pada karakteristik unik Al-Azhar Memorial Garden yang menawarkan layanan pemakaman bernuansa Islami dengan narasi yang berorientasi pada kelas menengah atas.

Selain itu, akun media sosial influencer yang telah membeli kavling pemakaman di lokasi tersebut dipilih sebagai subjek pendukung untuk mengeksplorasi bagaimana testimoni dan pengalaman pribadi influencer tersebut memperkuat narasi pemasaran layanan pemakaman mewah. Kriteria seleksi data meliputi representasi narasi religiusitas (seperti nilai Islami yang ditonjolkan) dan eksklusivitas (seperti gaya hidup modern dan status sosial) yang secara konsisten muncul dalam teks, gambar, atau video promosi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Artikel ini mencoba untuk menunjukkan bahwa konsumerisme halal tidak hanya menjadi bagian dari ekspresi kesalehan, tetapi juga mencerminkan status sosial individu. Hal ini sejalan dengan pandangan Greg Fealy (n.d.), yang menjelaskan bahwa konsumerisme halal telah menjadi sarana bagi masyarakat Muslim untuk menunjukkan identitas religius mereka

sekaligus meningkatkan status sosial di masyarakat. Dalam konteks ini, pemakaman mewah seperti Al-Azhar Memorial Garden dapat dipahami sebagai bentuk konsumsi simbolik yang mencerminkan perpaduan antara nilai religius dan aspirasi sosial-ekonomi.

Studi Fealy menyoroti bagaimana konsumsi barang dan jasa halal menjadi indikator status sosial dalam masyarakat Muslim modern. Penelitian ini memperluas diskusi tersebut dengan fokus pada pemakaman sebagai ruang simbolik di mana komodifikasi tidak hanya menyentuh aspek material tetapi juga dimensi ritual keagamaan. Dengan demikian, penelitian ini menambahkan perspektif baru pada literatur tentang konsumerisme halal dengan menunjukkan bagaimana praktik keagamaan yang sakral dapat dikomodifikasi untuk mencerminkan nilai sosial tertentu. Dengan mengkaji dimensi ini, penelitian ini memperluas pemahaman tentang bagaimana ritual keagamaan dapat bertransformasi menjadi produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan religius, tetapi juga kebutuhan status dan gaya hidup masyarakat Muslim kelas menengah. Hal ini menggarisbawahi pentingnya memahami komodifikasi dalam kerangka yang lebih luas, di mana dimensi religius dan ritual juga menjadi bagian integral dari dinamika pasar.

Komodifikasi Nilai Religius Dalam Pemakaman Mewah Muslim

Nilai-nilai Islam, seperti kesakralan, ketawadhuhan, dan kesederhanaan, memiliki peran penting dalam tradisi pemakaman Muslim. Dalam ajaran Islam, kematian dipandang sebagai pengingat akan kehidupan akhirat dan kesempatan untuk meraih keberkahan melalui amalan yang sederhana dan penuh keikhlasan. Namun, dalam konteks layanan pemakaman mewah, nilai-nilai ini tidak lagi sepenuhnya bersifat spiritual dan non-material. Proses komodifikasi mengubah nilai-nilai Islam tersebut menjadi bagian dari produk dan layanan yang dapat dipasarkan. Kesakralan makam, doa-doa, dan tradisi penguburan Islami diposisikan sebagai elemen yang dapat diukur secara ekonomis dan dikemas dalam bentuk layanan premium. Misalnya, narasi religius seperti "taman surga" atau "makam Islami eksklusif" menjadi alat pemasaran yang menonjolkan keselarasan antara kemewahan dan spiritualitas Islam.

Tulisan ini akan mencoba menelisik bentuk komodifikasi pemakaman

melalui analisis wacana pada website serta akun media sosial resmi layanan pemakaman di Indonesia. Berdasarkan analisis pada data-data yang diperoleh melalui penelusuran website layanan pemakaman mewah di Indonesia. Penulis mengklasifikasikan bentuk komodifikasi menjadi 3 bentuk yaitu:

1. Komodifikasi Lahan dan Tradisi Pemakaman

Secara umum, biaya pemakaman mewah muslim terbagi menjadi 2 yaitu biaya pembelian tanah kuburan dan biaya prosesi pemakaman. Dalam pemakaman tradisional, lahan sering kali dipandang sebagai bagian dari tanggung jawab komunitas atau wakaf yang memiliki fungsi sosial dan religius. Namun, dalam layanan pemakaman mewah seperti Al-Azhar Memorial Garden, lahan tidak lagi sekadar ruang publik melainkan menjadi aset yang diperdagangkan. Hal ini mencerminkan transformasi fungsi lahan dari entitas sosial menjadi komoditas ekonomis yang memiliki nilai pasar.

Al-Azhar Memorial Garden, misalnya, menawarkan biaya prosesi pemakaman sebesar 25 juta rupiah. Biaya tersebut sudah meliputi jasa gali, pemimpin doa, pembawa acara, dokumentasi, papan ari, papan nisa, tenda, kursi, tangga, karpet, sound system, podium, meja, spanduk, kipas angin, bunga tabur, air mineral, dan tisu basah.

Gambar 1

PROSESI & PELAYANAN

Al Azhar Memorial Garden

Biaya Wajib
Prosesi Pemakaman dan Batu Nisan

** Syarat dan Ketentuan
- Harga sudah Termasuk PPN 11% Melalui pasang dan garansi 1 tahun (sejak pemasangan)
- Biaya ini diluar dari harga pemanfaatan lahan makam.

IDR 25.500.000



Batu Nisan

Jenis batu : **Granit solid Hitam**
Ukuran : **40 Cm x 54 Cm**

Rincian Biaya Prosesi Pemakaman :

- Jasa gali/ tutup lubang L 80 cm x P 200 cm x T 150 cm
- Pendampingan prosesi pemakaman/ pemimpin da'ia
- MC (Pembawa acar)
- Dokumentasi Video
- Papan ari
- Papan nisan sementara
- Tenda besar
- Tenda kecil
- Kursi
- Tongga
- Karpet lantai
- Konsep dan biaya



Dalam tradisi Islam dan keindonesiaan, pemakaman umumnya dilakukan secara sederhana dan kolektif sebagai bentuk kohesi sosial sesuai dengan prinsip egalitarianisme yang menjadi bagian penting dari ajaran agama. (Suryana, 2019). Modernisasi telah mengubah praktik pemakaman secara signifikan, dengan komodifikasi layanan dan berkurangnya peran komunitas lokal dalam prosesi pemakaman. Pemakaman, yang dulunya dilakukan sebagai bentuk bantuan timbal balik oleh komunitas, kini lebih sering dikelola oleh profesional dengan layanan yang semakin kompleks, seperti penggunaan krematorium modern dan pengelolaan pemakaman

eksklusif (Shimane, 2018). Pemakaman mewah di Indonesia, seperti Al-Azhar Memorial Garden, yang mencerminkan perubahan nilai dari ritual sederhana menuju layanan premium. Dalam konteks ini, estetika, kenyamanan, dan profesionalisme menjadi elemen penting, tidak hanya sebagai simbol status sosial tetapi juga sebagai ekspresi religiusitas dan kebutuhan spiritual keluarga Muslim kelas menengah yang ditinggalkan.

Selain itu, layanan ini juga mencakup unsur-unsur modern seperti dokumentasi, papan nama khusus (*ari/nisa*), dan pengelolaan acara yang dirancang secara profesional. Unsur-unsur ini menunjukkan bagaimana tradisi pemakaman Islam diadaptasi dan direpresentasikan ulang untuk memenuhi selera serta kebutuhan masyarakat Muslim kelas menengah dan atas. Transformasi ini tidak hanya menggambarkan perubahan dalam praktik keagamaan, tetapi juga bagaimana elemen tradisional dikemas ulang dalam konteks modernitas dan profesionalisme.

2. Simbol dan Nilai Religius

Nilai-nilai religius seperti kesakralan, keabadian, dan pahala untuk almarhum merupakan aspek penting dalam praktik pemakaman Islam. Dalam konteks komodifikasi, nilai-nilai ini tidak lagi bersifat murni spiritual, tetapi diintegrasikan ke dalam produk atau layanan yang dipasarkan. Dengan kata lain, elemen spiritualitas menjadi alat untuk menarik konsumen dan meningkatkan nilai jual layanan pemakaman. Gambar berikut menunjukkan beberapa keunggulan nilai religius yang ditawarkan oleh Al-Azhar Memorial Garden.



Komodifikasi nilai-nilai religius tampak jelas dalam berbagai layanan tambahan yang ditawarkan oleh Al-Azhar Memorial Garden, termasuk kesesuaian dengan syariat Islam serta kepemilikan sertifikat arah kiblat sebagai salah satu daya tarik utamanya. Sertifikat ini menjadi simbol penting yang menegaskan kesesuaian lokasi makam dengan syariat Islam, memberikan rasa tenang bagi keluarga almarhum. Dalam konteks ini, aspek keagamaan yang sederhana seperti penentuan arah kiblat diubah menjadi nilai tambah yang memiliki dimensi ekonomi. Layanan ini mencerminkan bagaimana kebutuhan spiritual masyarakat Muslim kelas menengah dan atas diterjemahkan ke dalam bentuk komersial yang terstandar. Dengan demikian, fasilitas seperti ini tidak hanya memenuhi kebutuhan religius, tetapi juga memperkuat citra pemakaman sebagai ruang eksklusif yang mengintegrasikan nilai tradisional dan modern.

Selain itu, pemakaman mewah Muslim seperti Al-Azhar Memorial Garden juga menyediakan layanan ustaz yang siap memimpin prosesi pemakaman selama 24 jam. Layanan ini dirancang

untuk memastikan bahwa setiap tahap prosesi, mulai dari doa hingga pemakaman, dapat dilakukan sesuai dengan syariat Islam kapan saja diperlukan. Kehadiran ustaz yang selalu tersedia tidak hanya memberikan kenyamanan bagi keluarga, tetapi juga memperkuat citra profesionalisme layanan tersebut. Dengan memadukan aspek religius dan kepraktisan, layanan ini menjadi salah satu daya tarik utama bagi masyarakat Muslim kelas menengah yang mengutamakan kemudahan dan kepatuhan pada tradisi keagamaan.

Gambar 3



Pembahasan

Simbol Status Sosial Dalam Pemakaman Mewah

Pemakaman mewah Muslim di Indonesia, seperti yang ditemukan pada Al-Azhar Memorial Garden, menjadi fenomena menarik yang mencerminkan simbol status sosial dalam masyarakat kelas menengah Muslim. Pemakaman ini bukan hanya sebagai tempat peristirahatan terakhir, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas sosial dan prestise seseorang. Konsep ini dapat dianalisis melalui teori-teori sosiologi yang mengkaji hubungan antara simbol, status sosial, dan praktik sosial.

Dalam analisis Pierre Bourdieu tentang reproduksi sosial dan budaya, konsep *habitus*, *cultural capital*, dan *symbolic violence* menjadi kunci untuk

memahami bagaimana struktur sosial dipertahankan melalui institusi-institusi seperti pendidikan. *Habitus* merujuk pada disposisi yang terinternalisasi dalam individu, mencerminkan posisi kelas sosial yang membentuk kebiasaan, preferensi, dan pola pikir. *Cultural capital* mencakup pengetahuan, keterampilan, atau atribut budaya yang memberikan keunggulan sosial, sementara *symbolic violence* merujuk pada bentuk dominasi yang dilakukan secara halus melalui legitimasi nilai-nilai budaya tertentu oleh kelompok dominan. Dalam konteks pendidikan, Bourdieu menunjukkan bagaimana sistem tersebut tidak hanya mencerminkan tetapi juga memperkuat struktur sosial yang ada dengan mendistribusikan *cultural capital* secara tidak merata dan memanfaatkan simbol-simbol budaya untuk melanggengkan dominasi kelompok tertentu (Shirley, 1986)

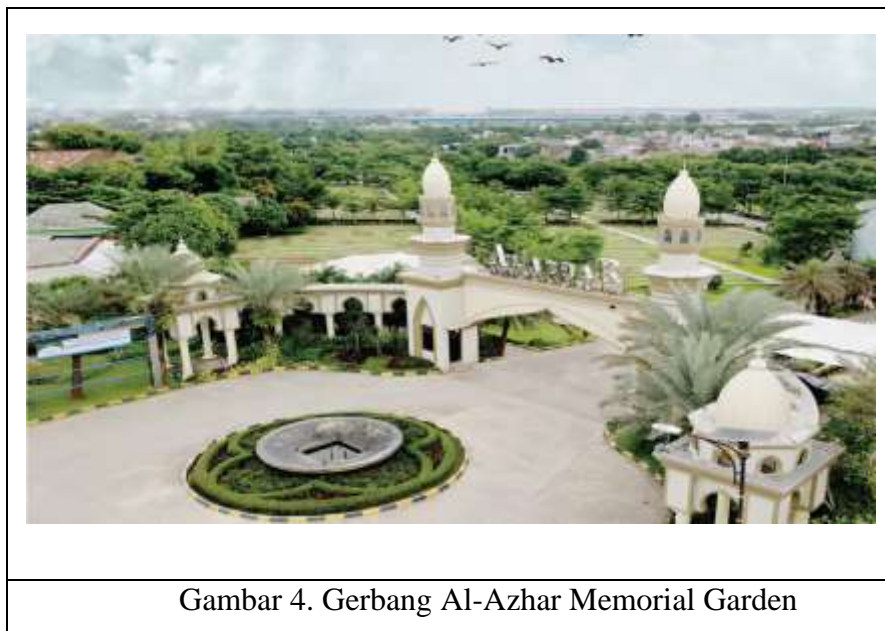
Konsep-konsep Bourdieu tersebut dapat diterapkan untuk memahami fenomena pemakaman mewah sebagai simbol status sosial di Indonesia. Pemakaman mewah dapat dilihat sebagai wujud *cultural capital* yang menunjukkan status kelas sosial seseorang, baik semasa hidup maupun setelah meninggal dunia. Melalui elemen-elemen seperti desain makam yang megah, lokasi eksklusif, dan penggunaan ritual atau simbol budaya tertentu, keluarga almarhum melakukan reproduksi simbol status sosial yang mencerminkan *habitus* mereka. Selain itu, praktik ini juga dapat dipahami sebagai bentuk *symbolic violence*, di mana norma-norma sosial mengenai "pemakaman layak" didefinisikan oleh kelompok kelas atas, sehingga menanamkan tekanan sosial bagi kelompok lain untuk meniru atau mematuhi standar tersebut demi legitimasi sosial. Pada bagian ini, saya bertujuan untuk mengungkap bagaimana simbol-simbol tersebut merepresentasikan status sosial sekaligus berkontribusi pada reproduksi ketimpangan sosial di Indonesia.

1. Lokasi Makam

Lokasi atau tempat memiliki peran penting sebagai penanda status sosial-ekonomi dalam masyarakat. Lokasi yang eksklusif atau sulit dijangkau oleh kebanyakan orang sering kali diasosiasikan dengan kelompok kelas atas, karena hanya mereka dengan akses terhadap sumber daya ekonomi yang cukup yang mampu menikmati atau memiliki ruang tersebut (Lockwood et al., 2018). Letak geografis

Al-Azhar Memorial Garden di Karawang, Jawa Barat, yang dekat dengan Jakarta, ibu kota Indonesia, memperkuat statusnya sebagai simbol sosial. Lokasi ini strategis karena mudah diakses melalui infrastruktur modern seperti jalan tol, memberikan kemudahan bagi keluarga kelas menengah atas. Berada di kawasan yang hijau, lapang, dan jauh dari pemakaman tradisional yang padat, tempat ini menciptakan kesan eksklusivitas dan modernitas. Selain itu, posisinya yang dekat dengan kawasan industri dan komersial yang sedang berkembang menambah nilai simbolis sebagai bagian dari wilayah urban elite. Kontras dengan pemakaman umum di tengah permukiman padat, Al-Azhar Memorial Garden menawarkan lingkungan yang lebih tenang dan estetik, menjadikannya representasi aspirasi kelas menengah atas untuk menghadirkan kemewahan bahkan dalam ritual kematian.

2. Desain Makam



Gambar 4. Gerbang Al-Azhar Memorial Garden



Gambar 5. Area Pemakaman



Area Parkir di jalur pemakaman



Tugu Zandi



Sprinkle



Jalan Pemakaman yang luas



Walkway

Gambar 6. Fasilitas-Fasilitas

Desain makam yang mewah menjadi simbol status. Pemakaman dengan desain arsitektur khusus, seperti batu nisan yang diukir dengan motif tertentu atau bahan-bahan mewah seperti marmer atau granit, dapat dilihat sebagai representasi dari status sosial. Di beberapa kompleks pemakaman mewah, terdapat fasilitas tambahan seperti taman, air mancur, dan bangunan pendukung lain yang menunjukkan kemewahan. Jenis makam, misalnya makam keluarga yang besar dengan beberapa ruang, atau makam yang dilengkapi dengan ruang doa atau area relaksasi untuk keluarga, juga menjadi indikator status sosial.

Di Indonesia, dapat banyak sekali ditemukan desain dan arsitektur simbolis khususnya pada makam para raja dan tokoh terkemuka, seperti pada makam Raja-Raja Mataram Islam di Kotagede, yang menunjukkan bahwa desain dan struktur makam mencerminkan hierarki sosial serta status orang yang dimakamkan (Rohiman, 2017). Elemen seperti tingkatan makam, material yang digunakan, dan simbol-simbol arsitektural menjadi penanda posisi sosial dan penghormatan kepada jasa maupun kedudukan almarhum.

3. Keterlibatan Tokoh Eksklusif

Dalam beberapa kasus, keluarga yang memilih pemakaman mewah sering kali menjadi bagian dari komunitas sosial tertentu, seperti komunitas bisnis, politik, atau artis. (Setiawan, 2024) Ini terkait dengan konsep kapital sosial, di mana status sosial seseorang tidak hanya ditentukan oleh kekayaan tetapi juga oleh jaringan sosial yang mereka miliki. Kehadiran keluarga dalam komunitas elit ini, dan keterkaitannya dengan proyek-proyek sosial atau bisnis tertentu, sering kali tercermin dalam pemilihan pemakaman mewah sebagai bagian dari representasi status sosial mereka. Misalnya, Al-Azhar Memorial Garden, yang dikenal dengan desainnya yang megah dan fasilitas lengkap, menjadi pilihan banyak pejabat, artis, dan pemuka agama. Testimoni dari mereka yang memilih tempat ini sering kali mencerminkan pengakuan terhadap prestasi hidup mereka, dengan pemakaman tersebut menjadi simbol penghormatan dan bagian dari identitas sosial mereka. Keterkaitan dengan orang-orang berpengaruh ini semakin menegaskan bahwa pemakaman mewah bukan hanya tempat peristirahatan, tetapi juga bagian dari konstruksi sosial yang lebih besar.

Gambar 7. Testimoni



4. Upacara Pemakaman

Upacara pemakaman yang diadakan di pemakaman mewah sering kali melibatkan berbagai elemen yang mencerminkan prestise, seperti penyediaan pengacara agama yang terkenal, penggunaan fasilitas seremonial yang mewah, atau kehadiran tamu undangan yang bergengsi. Hal ini menunjukkan bahwa kematian seseorang tidak hanya diperlakukan dengan hormat secara agama, tetapi juga dengan cara yang mempertahankan atau menegaskan posisi sosial keluarga tersebut dalam masyarakat. Dalam konteks Indonesia, dapat kita temui contoh tersebut pada tradisi upacara pemakaman masyarakat

Toraja yaitu ritual Ma'pasa' Tedong yang mencerminkan status sosial melalui pengorbanan hewan, di mana semakin banyak hewan yang dikorbankan, semakin tinggi posisi sosial keluarga almarhum (Baan et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa pemakaman tidak hanya memiliki makna spiritual, tetapi juga berfungsi sebagai simbol prestise dalam masyarakat, mirip dengan pemakaman mewah dalam budaya Muslim.

Kontribusi Pemakaman Mewah Terhadap Kesenjangan Sosial

Pemakaman mewah dapat menciptakan kesenjangan sosial karena hanya dapat diakses oleh segmen tertentu dari masyarakat, sering kali yang memiliki status sosial-ekonomi lebih tinggi, sehingga menciptakan pemisahan antara kelompok yang mampu dan yang tidak mampu mengaksesnya. Fenomena ini mencerminkan kesenjangan yang lebih luas dalam masyarakat, di mana kelompok kelas menengah, khususnya Muslim, memiliki akses lebih besar terhadap fasilitas tersebut dibandingkan dengan kelompok dengan status sosial-ekonomi lebih rendah. Hal ini mirip dengan segregasi sosial-ekonomi yang terjadi di Jakarta, di mana pembagian pemukiman berdasarkan kelas sosial dan pekerjaan menciptakan pemisahan geografis antar kelompok (Rukmana & Ramadhani, 2021). Pemakaman mewah, seperti halnya pemukiman kelas atas, menjadi simbol status yang memperlihatkan ketimpangan akses terhadap sumber daya dan fasilitas yang berharga. Seperti dalam analisis segregasi pemukiman di Jakarta yang melibatkan ketimpangan pendapatan, faktor institusional dan kontekstual—seperti kebijakan perumahan dan peran lembaga agama—berperan dalam memperburuk ketimpangan ini, membatasi akses bagi kelompok kelas menengah Muslim terhadap ruang pemakaman mewah, dan memperkuat stratifikasi sosial yang ada.

Lebih jauh, padatnya pemakaman umum di daerah sekitar Al-Azhar Memorial Garden seperti Jakarta (Wardhana & Kurnia, 2023), semakin memperburuk ketidaksetaraan tersebut. Pemakaman umum sering kali tidak kondusif, dengan jarak antar makam yang sangat rapat dan minimnya ruang hijau yang membuat suasana tidak nyaman baik bagi keluarga yang berziarah maupun untuk pengelolaan pemakaman itu sendiri. Sebaliknya, pemakaman

mewah menyediakan ruang lapang dan suasana yang tenang, mempertegas adanya segregasi kelas dalam hal fasilitas akhirat. Situasi ini tidak hanya memperkuat jurang sosial tetapi juga menciptakan hierarki baru dalam masyarakat Muslim, di mana mereka yang mampu membeli layanan premium dianggap memiliki "privilege" bahkan dalam ritual yang semestinya bersifat setara di mata agama. Fenomena ini mengundang refleksi mendalam tentang bagaimana nilai kesederhanaan dan inklusivitas dalam Islam dapat diwujudkan dalam praktik nyata.

Reinterpretasi Nilai Religius Dan Kematian

Dari akun @clarashintareal dan @fannykondoh sebagai bagian dari kelas muslim menengah, kita dapat melihat adanya pemaknaan yang berbeda dari pemaknaan tradisional mengenai pemakaman dan kematian di Indonesia. Pemaknaan pemakamaan sebagai tempat yang sakral dapat berbeda-beda sesuai dengan konteks waktu, tempat, kepercayaan, dan norma (Maddrell & Mathijssen, 2022). Pada bagian ini saya mencoba untuk menjelaskan reinterpretasi atau pemaknaan ulang terhadap pemakaman dan kematian melalui statemen yang diungkapkan oleh @clarashintareal dan @fannykondoh di dalam konten mereka. Pada bagian ini, saya menggunakan analisis wacana terhadap konten dan postingan kedua influencer tersebut yang berkaitan dengan pemakaman mewah.

1. Pergeseran Makna Pemakaman dan Persiapan Kematian

Dalam video yang diunggah di Instagram, @clarashintareal mengatakan:

“buat reminder aku aja, sekaligus nanti kan juga bisa investasi, kita kan ga atau umur yah, bener gak sih? Sebaik-baiknya kan nyiapin kubur dulu, terus dibanding kita belanja-belanja yang lain.. tas mahal..”

Pernyataan @clarashintareal mencerminkan bagaimana pemakaman, yang secara tradisional dianggap sebagai kewajiban sosial-religius, telah bergeser menjadi bentuk ekspresi pribadi dan komoditas di kalangan Muslim kelas menengah. Dalam konteks ini,

pembelian makam dipahami sebagai tindakan yang tidak hanya praktis tetapi juga simbolis, menggabungkan dimensi spiritual dan material. Penekanan pada persiapan makam sebagai "investasi" menunjukkan adanya reinterpretasi nilai pemakaman, di mana pemakaman tidak lagi sekadar fungsi ritual keagamaan, tetapi juga menjadi alat untuk memproyeksikan identitas, kesalehan, dan perencanaan masa depan.

Pergeseran ini erat kaitannya dengan fenomena komodifikasi layanan religius yang semakin berkembang di kalangan Muslim kelas menengah. Pembelian makam mewah tidak hanya memenuhi kebutuhan akan kepraktisan, tetapi juga menjadi representasi gaya hidup dan kesalehan. Narasi seperti "sebaik-baiknya nyiopin kubur dulu" mencerminkan pandangan bahwa investasi dalam pemakaman adalah bagian dari menjalani kehidupan yang lebih religius dan bertanggung jawab. Di sisi lain, pernyataan ini juga mengkritik konsumsi barang-barang mewah seperti tas mahal, mengindikasikan adanya prioritas baru yang menempatkan kesalehan sebagai salah satu nilai inti dalam konsumsi kelas menengah Muslim.

Fenomena ini menegaskan bahwa ekspresi kesalehan dalam masyarakat Muslim kelas menengah sering kali termanifestasi melalui bentuk konsumsi simbolik. Pemakaman, yang sebelumnya berakar pada tradisi kolektif, kini diadaptasi menjadi bentuk kapitalisasi nilai-nilai religius yang selaras dengan aspirasi status sosial dan kebutuhan identitas personal. Hal ini memperlihatkan bagaimana agama tidak hanya menjadi pedoman spiritual, tetapi juga kerangka sosial dan ekonomi yang dinamis.

2. Fungsi Mereduksi Duka

@clarashintareal juga mengatakan:

"ini mah ngga takut saya mah sendirian di sini, asli loh, jadi enak yah, maksudnya mau doa-doa juga enak".

Pernyataan ini, yang disertai visualisasi keindahan pemakaman, memperlihatkan bagaimana estetika dan kenyamanan menjadi bagian penting dalam layanan pemakaman modern seperti yang ditawarkan oleh Al-Azhar Memorial Garden. Pernyataan tersebut mencerminkan dimensi emosional dan spiritual yang melekat pada praktik pemakaman mewah di kalangan Muslim kelas menengah. Pernyataan @clarashintareal memperkuat temuan bahwa estetika dan kenyamanan dalam pemakaman mewah, seperti Al-Azhar Memorial Garden, menjadi elemen penting yang mendukung ekspresi emosional dan spiritual keluarga yang ditinggalkan. Ritual personal, seperti doa yang dilakukan dalam lingkungan yang nyaman, mencerminkan pergeseran nilai pemakaman dari prosesi sederhana menuju ruang eksklusif yang memenuhi kebutuhan spiritual dan simbol status sosial. Hal ini sejalan dengan fungsi ritual pemakaman sebagai medium pengelolaan duka sekaligus ekspresi identitas religius dan sosial Muslim kelas menengah (Mitima-Verloop et al., 2021).

3. Transformasi Diri

Dalam video @fannykondoh di TikTok, dia mengatakan bahwa pembelian makam ini berdampak baik pada kehidupannya,

“... dan jujur sejak aku punya kuburan suami istri sama papa udon, jauh di dalam lubuk hati aku tuh selalu ngerasa tenang karena aku selalu ingat kematian dan tiap hari aku berusaha selalu menjadi yang terbaik, jadi istri yang patuh, sedekah tiap hari, doa tiap hari, sembahyang tiap hari, jadi apapun amalan yang bisa berpahala dan bisa menemani aku nanti di alam kubur di akhirat nanti, itu pasti bakal aku lakuin ...”.

Pernyataan dalam video TikTok oleh @fannykondoh menunjukkan bagaimana pembelian makam dapat menjadi sarana refleksi spiritual bagi Muslim kelas menengah. Dalam hal ini, kepemilikan makam bukan hanya tentang mempersiapkan kehidupan setelah kematian secara fisik, tetapi juga menjadi simbol yang mendorong introspeksi diri. Pengalaman memiliki makam diartikan sebagai pengingat konstan akan kematian, yang

selanjutnya memotivasi individu untuk menjalani kehidupan yang lebih religius, termasuk meningkatkan kualitas ibadah dan amal. Transformasi ini menunjukkan bahwa konsumsi simbolik, seperti pembelian makam eksklusif, dapat berperan dalam membentuk pola pikir religius dan mempengaruhi praktik keagamaan sehari-hari.

Fenomena ini mencerminkan bagaimana nilai-nilai spiritual diinternalisasi melalui interaksi dengan produk atau layanan yang dikomodifikasikan. Bagi Muslim kelas menengah, pembelian makam tidak hanya dipahami sebagai investasi material, tetapi juga sebagai investasi spiritual yang memberi makna mendalam pada kehidupan. Dalam konteks ini, makam menjadi simbol aspirasi religius dan sekaligus penegasan identitas sebagai individu yang saleh. Hal ini juga mengindikasikan adanya hubungan erat antara komodifikasi layanan religius dengan kebutuhan personal untuk mendefinisikan diri melalui narasi kesalehan yang relevan dengan kehidupan modern. Dengan demikian, pembelian makam menjadi sebuah praktik yang tidak hanya memiliki dimensi ekonomi tetapi juga berperan dalam transformasi spiritual individu.

KESIMPULAN

Fenomena pemakaman mewah Muslim di Indonesia merepresentasikan negosiasi antara nilai tradisional Islam dan modernitas. Dalam hal ini, komodifikasi tradisi pemakaman Islam menjadi layanan premium memperlihatkan bagaimana nilai-nilai religiusitas dapat diadaptasi dalam konteks kebutuhan sosial-ekonomi Muslim kelas menengah. Melalui fasilitas eksklusif seperti Al-Azhar Memorial Garden, nilai religius, kesederhanaan, dan spiritualitas dalam Islam bertransformasi menjadi simbol status sosial dan identitas budaya.

Komodifikasi ini mencakup pengelolaan lahan, prosesi pemakaman, hingga penawaran fasilitas tambahan yang memperkuat narasi religiusitas dan eksklusivitas. Muslim kelas menengah menginterpretasikan pembelian makam sebagai tindakan religius sekaligus investasi material yang mencerminkan kesalehan dan status sosial. Transformasi ini tidak hanya mengubah pandangan tradisional tentang pemakaman, tetapi juga

menunjukkan peran konsumsi dalam membentuk identitas dan gaya hidup modern yang tetap bernuansa Islam.

Reinterpretasi terhadap kematian dan pemakaman di kalangan Muslim kelas menengah juga menciptakan dimensi baru dalam transformasi diri. Melalui pembelian makam mewah, individu menemukan makna spiritual yang mendalam, yang mendorong introspeksi dan peningkatan kualitas ibadah. Dengan demikian, pemakaman mewah menjadi ruang simbolik yang menghubungkan nilai religiusitas, materialisme, dan aspirasi sosial.

Penelitian lanjutan dapat difokuskan untuk mengeksplorasi bagaimana fenomena kesenjangan sosial dalam akses pemakaman mewah berdampak pada nilai-nilai egalitarian dalam Islam, yang menekankan kesetaraan dan persaudaraan antar sesama umat. Penelitian ini bisa melihat sejauh mana adanya pemisahan sosial dalam konteks pemakaman berpotensi merusak prinsip kesetaraan ini, dan bagaimana pemakaman mewah mungkin menciptakan jarak antara kelompok kelas menengah Muslim dengan umat lainnya. Untuk mengurangi potensi eksklusivitas yang berlebihan, pendekatan yang lebih inklusif dalam layanan pemakaman dapat diusulkan, seperti menyediakan pemakaman dengan standar yang sama bagi semua kalangan, mengedepankan prinsip keadilan sosial, dan melibatkan lembaga keagamaan dalam mendukung kebijakan yang lebih merata, sehingga seluruh lapisan masyarakat memiliki akses yang setara tanpa memandang status sosial-ekonomi. Pendekatan ini tidak hanya akan memperkuat nilai-nilai egalitarian dalam Islam tetapi juga mengurangi ketimpangan sosial yang ada dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandy, Sulaiman. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Tanah Pemakaman Modern Di Kabupaten Karawang (Studi Kasus: Pemakaman San Diego Hills Dan Al-Azhar)." UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Ayu, Dyar. "Taman Svargaloka Firdausi, Makam Modern Kaya Fasilitas Di Gunungkidul." <https://jogja.idntimes.com/life/family/dyar-ayu-1/taman-svargaloka-firdausi-makam-modern-kaya-fasilitas-di->

gunungkidul, December 11, 2024.

Baan, Anastasia, Markus Deli Girik Allo, and Andi Anto Patak. "The Cultural Attitudes of a Funeral Ritual Discourse in the Indigenous Torajan, Indonesia." *Heliyon* 8, no. 2 (February 2022): e08925. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08925>.

Creswell, Jhon W, and J David Creswell. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approach*. 5th ed. New York: SAGE Publication, 2018.

detikFinance. "Pemakaman Mewah Al Azhar Karawang Dibanderol Hingga Rp 199 Juta ." <https://finance.detik.com/properti/d-2042400/pemakaman-mewah-al-azhar-karawang-dibanderol-hingga-rp-199-juta>, September 28, 2012.

Erika Firmiana, Masni, Siti Rahmawati, Rochimah Imawati Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi dan Pendidikan, Kata Kunci -Persepsi, Status Sosial Ekonomi, and Pemakaman Mewah. "Mewah Menuju Rahmatullah': Pengaruh Status Sosial Ekonomi Terhadap Persepsi Masyarakat Mengenai Trend Pemakaman Mewah Masyarakat Muslim." Vol. 2, 2014.

Fealy, Greg. "CONSUMING ISLAM: COMMODIFIED RELIGION AND ASPIRATIONAL PIETISM IN CONTEMPORARY INDONESIA." In *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, 15–39. ISEAS, n.d.

Hasbullah, Moeflich. "Cultural Presentation of the Muslim Middle Class in Contemporary Indonesia." *Studia Islamika: Indonesian Journal For Islamic Studies* 7, no. 2 (2000): 1–46.

Heryanto, Ariel. "Upgraded Piety and Pleasure The New Middle Class and Islam in Indonesian Popular Culture." In *Islam and Popular Culture in Indonesia and Malaysia*, edited by Andrew Weintraub, 60–82. New York: Routledge, 2011.

Lockwood, Tony, Neil T Coffee, Peter Rossini, Theo Niyonsenga, and Stanley McGreal. "Does Where You Live Influence Your Socio-Economic Status?" *Land Use Policy* 72 (March 2018): 152–60. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2017.12.045>.

Maddrell, Avril, and Brenda Mathijssen. "Situating the Dead: Cemeteries as

- Material, Symbolic, and Relational Space,” 525–41, 2022. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190874988.013.28>.
- Mitima-Verloop, Huibertha B., Trudy T. M. Mooren, and Paul A. Boelen. “Facilitating Grief: An Exploration of the Function of Funerals and Rituals in Relation to Grief Reactions.” *Death Studies* 45, no. 9 (October 21, 2021): 735–45. <https://doi.org/10.1080/07481187.2019.1686090>.
- Property, Isykariman. “Baqi Memorial Park, Solusi Lahan Makam Yang Semakin Langka.” <https://isykarimanproperty.com/journal/berita-properti/baqi-memorial-park-solusi-lahan-makam-yang-semakin-langka/>, September 23, 2024.
- Rakhmani, Inaya. “The Personal Is Political: Gendered Morality in Indonesia’s Halal Consumerism.” *TRaNS: Trans-Regional and -National Studies of Southeast Asia*. Cambridge University Press, November 1, 2019. <https://doi.org/10.1017/trn.2019.2>.
- Rohiman, Rohiman. “KAJIAN IKONOGRAFI PADA MAKAM RAJA-RAJA MATARAM ISLAM DI KOTAGEDE YOGYAKARTA.” *CORAK* 6, no. 2 (November 28, 2017). <https://doi.org/10.24821/corak.v6i2.2401>.
- Rohman, M. Faizur. “Menjadi Saleh Dan Salihah Dengan Tubuh Yang Estetik: Komodifikasi Islam Dalam Lanskap Halal Lifestyle.” UIN Sunan Kalijaga, 2023.
- Rukmana, Deden, and Dinar Ramadhani. *Urban Socio-Economic Segregation and Income Inequality*. Edited by Maarten van Ham, Tiit Tammaru, Rūta Ubarevičienė, and Heleen Janssen. Cham: Springer International Publishing, 2021. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-64569-4>.
- Salmon, Claudine. “From Cemeteries to Luxurious Memorial Parks.” *Archipel*, no. 92 (May 24, 2016): 177–212. <https://doi.org/10.4000/archipel.320>.
- Setiawan, Iwan. “Pemakaman Keluarga Artis Dan Budayawan.” <https://infosandiegohills.id/artis-yang-dimakamkan-di-san-diego-hills/>, 2024.
- Shimane, Katsumi. “Social Bonds with the Dead: How Funerals Transformed

- in the Twentieth and Twenty-First Centuries.” *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences* 373, no. 1754 (September 5, 2018): 20170274. <https://doi.org/10.1098/rstb.2017.0274>.
- Shirley, Dennis. “A Critical Review And Appropriation Of Pierre Bourdieu’s Analysis Of Social And Cultural Reproduction.” *Journal Of Education* 168, no. 2 (1986): 96–112.
- Suryana, Yayan. “TRADISI NGAJAHUL: Fikih Pemakaman Dan Kohesi Sosial Pada Masyarakat Muslim Priangan.” *Jurnal Sosiologi Reflektif* 14, no. 1 (2019): 27–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/jsr.v14i1.1721>.
- Tuasikal, Muhammad Abduh. “Masalah Kuburan Mewah.” <https://muslim.or.id/20325-masalah-kuburan-mewah.html>, July 1, 2022.
- Wardhana, Fransiskus Wisnu, and Erika Kurnia. “Jakarta Dibayangi Krisis Lahan Makam.” <https://www.kompas.id/baca/metro/2023/06/10/jakarta-dibayangi-krisis-lahan-makam>, 2023.
- Zailani, Muh Rizki, and Roma Ulinuha. “Komodifikasi Agama Sebagai Identitas Kesalehan Sosial.” *Jurnal Riset Agama* 3, no. 1 (January 25, 2023): 248–65. <https://doi.org/10.15575/jra.v3i1.23519>.