

PEMUDA HIJRAH : ANAK MUDA dan DAKWAH ONLINE

Fathayatul Husna

Alumnus Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
Email : fathayatulhusna@gmail.com

Abstrak

Dalam penelitian ini peneliti mengangkat topik khusus mengenai konsep da'wah melalui media sosial *instagram*. Salah satu komunitas anak muda yang memiliki inovasi untuk bergerak di bidang da'wah adalah Pemuda Hijrah. Dipelopori oleh Ustadz Hanan Attaki, komunitas Pemuda Hijrah sukses dikenal masyarakat Indonesia. Peneliti menggunakan metode kualitatif dan mengangkat isu negosiasi generasi muslim millennial dan kekuatan media. Peneliti ikut mengulas penelitian ini dengan menggunakan teori komunikasi yaitu difusi dan inovasi dengan beberapa unsur di dalamnya, yaitu: 1) inovasi, 2) saluran komunikasi, 3) jenjang waktu, 4) sistem sosial. Hasil yang diperoleh adalah Pemuda Hijrah secara aktif menggunakan akun *instagram* sebagai perantara mereka untuk berda'wah Islam secara kontemporer. Selain melalui akun *instagram*, Pemuda Hijrah juga aktif mengadakan pengajian dan kegiatan da'wah lainnya yang bersifat *outdoor* sebagai wujud keberhasilan praktik negosiasi. Hal ini dilakukan salah satunya melalui media sosial *instagram*.

Kata Kunci: Pemuda Hijrah; Instagram; Da'wah; Generasi Muslim Millennial

PENDAHULUAN

Belakangan ini, gerakan muslim millennial di ruang publik semakin “gesit”. Salah satunya terbentuknya komunitas Pemuda Hijrah di Bandung sebagai wadah edukasi anak muda menebarkan ajaran Islam tanpa perlu meninggalkan aktifitas “keanakmudaannya”. Untuk memahami terbentuknya da'wah Pemuda Hijrah maka diperlukan beberapa pemetaan konsep, seperti

mengangkat generasi milenial, da'wah dan *new media*. Ketiga konsep ini digunakan untuk mengulas perkembangan gerakan muslim millennial di Indonesia.

Perkembangannya yang begitu pesat menyoroti perkembangan Islam di berbagai penjuru negara. Pasca Orde Baru Islam populer kian berkembang di Indonesia, seperti sastra Islami, film Islami, dan sinetron Islam (Hoesterey & Marshall, 2012). Sejatinnya Islam tidak terbatas pada bentuk ritual dan praktik peribadatan, akan tetapi juga sebagai simbol komoditas (Hasan, 2009). Islam semakin menawarkan praktik-praktik baru dan berkembang sebagai simbol elit agama. Saat ini secara dominan diikuti oleh kalangan masyarakat kelas menengah ke atas (Hasan, 2009). Misalnya, munculnya pendakwah di Indonesia, seperti ustad-ustad lokal daerah bahkan nasional, seperti Aa Gym, Ustadz Yusuf Mansur, K.H. Zainuddin Mz, Ustad Jefri Al-Buchori, Ustad Wijayanto dan beberapa ustad lainnya (Basit, 2013). Mereka kerap menyampaikan dakwah Islam melalui televisi dan dengan praktik yang beragam. Aa Gym menyampaikan dakwahnya lewat konsep Manajemen Qalbu dan bisnis yang ia jalankan (Fealy, 2012). Bentuk da'wah lainnya seperti da'wah melalui tulisan, contohnya majalah Annida. Majalah Annida terbentuk sebagai potret wajah baru untuk menentang beredarnya majalah Barat yang mengemas dunia anak muda penuh dengan fun dan pergaulan bebas (Kailani, 2012). Kajian ini mencerminkan bahwa belakangan ini konsep da'wah semakin menjamur pada ranah generasi milenial.

Dewasa ini, da'wah Islam semakin dinamis di ruang publik, salah satunya da'wah di kalangan anak muda dan menggunakan beberapa jenis *new media*. Gary R. Bunt menjelaskan bahwa perkembangan teknologi mendukung perkembangan Islam dan menunjukkan cara yang berbeda jika dibandingkan dengan konsep *offline* (Bunt, 2009). Perkembangan teknologi terutama lahirnya *new media* (media baru) bergerak semakin inovatif. Studi mengenai da'wah *new media* dikaji oleh Acep Muslim. Ia menjelaskan bahwa aplikasi *One Day One Juz* (Odoj) merupakan bentuk da'wah modern melalui *new media* (Muslim, 2017). Ia juga menjelaskan bahwa Islam telah ditransformasikan melalui aplikasi.

Fokus peneliti dalam penelitian ini video singkat yang diunggah oleh komunitas Pemuda Hijrah melalui akun *instagram*. Data yang peneliti dapatkan bersumber dari divisi Hubungan Masyarakat (Humas) komunitas Pemuda Hijrah terkait strategi da'wah yang mereka lakukan dan alasan menggunakan *instagram* untuk berda'wah. Selanjutnya melakukan pengamatan pada akun *instagram* Pemuda Hijrah untuk melihat topik-topik da'wah yang dikemas melalui *instagram*. Proses pemilihan data dilakukan dengan menggunakan *timing frame* yaitu membatasi fokus penelitian pada unggahan foto video singkat periode Desember 2017. Pemilihan fokus penelitian pada waktu tersebut karena sekitar Desember 2017 ada banyak sekali momen di Indonesia yang ikut menyinggung agama Islam, seperti aksi reuni akbar 212, peringatan maulid (kelahiran) Nabi Muhammad SAW., dan keterlibatan muslim Indonesia membela Yerussalem (Palestina). Data yang diperoleh

akan dipetakan terlebih dahulu sesuai dengan pola yang terbentuk. Selanjutnya akan dilakukan sistem reduksi terkait data yang sesuai dengan penelitian ini dan tahap berikutnya adalah menganalisa sesuai data yang telah dipilih serta menyajikan hasil kesimpulan dari data yang telah dianalisa.

Menyinggung konsep da'wah generasi millennial, peneliti tertarik untuk mengulas bagaimana proses anak muda Indonesia menyampaikan da'wah Islam? apakah anak muda yang mengikuti komunitas Pemuda Hijrah mencerminkan keinginan untuk menjadi lebih religius atau hanya sekedar mengikuti tren? bagaimana praktik da'wah Pemuda Hijrah di aku *instagram* dan bagaimana isi pesan da'wah yang disampaikan?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lahirnya konsep da'wah modern sebagai praktik komunikasi yang dilakukan pada era *new media* yang lebih dikenal dengan konsep masa depan setelah era pra-modern. Stigma yang berkembang di masyarakat bahwa pengajian atau ceramah Islam yang disampaikan oleh para ustadz atau *da'i* tertentu hanya diperuntukkan bagi kaum generasi tua terutama didominasi oleh kumpulan ibu rumah tangga. Selain itu, konsep atau cara penyampaian da'wah yang dilakukan masih sangat kaku dan hanya dilakukan pada masjid-masjid dan majelis ta'lim tertentu. Konsep seperti ini dinilai perlu adanya singgungan kreatifitas untuk mengubah stigma yang beredar di masyarakat. Padahal sejatinya yang membutuhkan siraman keilmuan Islam bukan hanya kaum

orang tua, tapi perlu diterapkan pada anak muda. Hal ini tentunya menjadi tugas bersama untuk menghidupkan semangat dan semangat da'wah Islam di kalangan anak muda.

Sudah menjadi rahasia umum bahwa *new media* telah dimanfaatkan sejumlah pihak untuk melancarkan bentuk komunikasi yang tengah dijalani. Di samping itu, da'wah mengambil posisi dalam *new media* untuk mensyiarkan ajaran Islam agar mudah diterima oleh setiap kalangan masyarakat. Salah satu contohnya seperti komunitas Pemuda Hijrah atau lebih dikenal dengan istilah *Shift* merupakan komunitas da'wah fokus pada anak muda dan menggunakan media sosial untuk berda'wah. Hal ini dilakukan dengan tujuan menghilangkan stigma yang beredar di masyarakat terkait keterlibatan generasi tua pada program pengajian tertentu. Oleh karena itu, untuk mematahkan stigma ini Pemuda Hijrah mencoba masuk dalam dunia anak muda dan mengikuti kebiasaan anak muda serta meninggalkan yang dilarang dalam Islam. Hasil yang diperoleh dari upaya ini adalah Pemuda Hijrah lewat kajian-kajian yang diselenggarakan di beberapa masjid atau daerah tertentu diikuti oleh jumlah peserta sekitar 300 hingga 3000 orang. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti inovasi da'wah yang dilakukan Pemuda Hijrah melalui ajakan berda'wah pada video singkat *instagram* Pemuda Hijrah. Tujuannya adalah untuk mengetahui proses-proses dan bentuk komunikasi da'wah kontemporer, sehingga bisa dijadikan sebagai rujukan kepada kaum muda khususnya Muslim dan muslimah untuk turut berda'wah.

Masuknya Islam ke Indonesia

Saat Islam masuk ke Indonesia, bentuk da'wah yang dilakukan masih sangat tradisional. Tentunya cara yang dilakukan saat itu menggambarkan kondisi masyarakat tradisional. Ada 5 jenis strategi da'wah Islam saat pertama kali masuk ke Indonesia (Syafrizal, 2015), yakni *pertama*, melalui jalur perdagangan ditandai dengan adanya interaksi antara beberapa pedagang dari negara Arab, Persia, Melayu, India dan Cina yang berlangsung cukup lama hingga terbentuklah masyarakat muslim. *Kedua*, da'wah melalui jalur *bi al-hal* yaitu seorang pedagang yang merangkap sebagai mubaligh atau menyampaikan da'wah Islam. Pada strategi lebih fokus pada pelaksanaan kewajiban syari'at Islam. *Ketiga*, jalur perkawinan yakni terjadinya pernikahan antara mubaligh dari kalangan pedagang Muslim dengan bangsawan Nusantara. *Keempat*, jalur pendidikan sangat penting untuk menyebarkan da'wah Islam, yakni dengan bantuan pengajaran dari para mubaligh untuk menerangkan konsep Islam. *Kelima*, melalui jalur budaya atau kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, yaitu dengan menyesuaikan bentuk adat istiadat suatu daerah. Sehingga Islam dapat dengan mudah diterima di masyarakat.

Islam semakin kuat saat Soeharto memberikan apresiasi penuh kepada Islam di Indonesia (Beta, 2009; Kailani, 2012).

Zaman saat Islam masuk ke Indonesia masih jauh dari kata modern, ditandai dengan belum tersedianya fasilitas dalam bentuk digital. Salah satu contohnya adalah seperti da'wah Islam yang dilakukan oleh para Wali Songo. Sebut saja Sunan Bonang sebagai

salah satu anggota Wali Songo yang berasal dari Kediri. Dalam da'wahnya, Sunan Bonang mencoba mendekati masyarakat dengan cara masuk pada ranah kesenian wayang. Sunan Bonang menggunakan perantara wayang dan alat kesenian gamelan untuk menyebarkan Islam (Syafrizal, 2015). Dari contoh tersebut tampak bahwa proses da'wah Islam di zaman dahulu masih menggunakan praktik kultural untuk menggapai masyarakat.

Memasuki era globalisasi, media menjadi sorotan yang tepat untuk dimanfaatkan sebagai *tool* menyebarkan konten da'wah. Selain menjadi media antarpribadi, media bermanfaat untuk menyalurkan gagasan dan pikiran terkait suatu isu yang beredar. Dengan adanya pemahaman dasar ini, media menjadi penting dalam masyarakat untuk berperan menyalurkan gagasan da'wah dalam menopang peradaban manusia yang lebih modern (Arifin, 2011). Dewasa ini, media menjadi tonggak dalam pencapaian kecepatan informasi. Informasi dengan mudah disajikan setiap hari lewat berbagai macam media massa dan mudah pula diterima oleh masyarakat. Selain itu, dalam perkembangannya media semakin tumbuh dan bergerak dengan pesat sehingga muncul istilah media interaktif atau biasa disebut dengan *internet (international networking)* yang merupakan penggabungan secara teknis antara komputer, telepon dan televisi (Arifin, 2011). *Internet* seakan tak lagi melepaskan diri dari kehidupan masyarakat dan ibarat kebutuhan primer, menjadi sebuah kebutuhan dari berbagai pihak yang menggunakan. Sebagai bentuk kepentingan da'wah Islam, perlahan *internet* berperan sangat fleksibel dan terkesan seperti ada *gap* atau pembatas bagi masyarakat untuk

menerima konsep da'wah melalui internet. Namun, lambat laun *internet* memudahkan masyarakat untuk menggali lebih dalam terkait ilmu agama.

Dalam konsep lahirnya *internet* menimbulkan pengaruh yang sangat besar, yakni terkait kemampuan untuk pengumpulan informasi, penyimpanan informasi, pengolahan informasi, penyebaran informasi dan umpan balik informasi (Arifin, 2011). Dengan adanya pengaruh demikian, diasumsikan bahwa hadirnya *internet* memudahkan berbagai kalangan untuk mendaur informasi dan menyampaikannya pada pihak yang dituju. Jaringan internet merupakan suatu mimbar yang sangat luas yang mampu untuk menyuarakan da'wah Islam (Riski, 2012). Bila diibaratkan demikian, maka masyarakat selaku pengguna *internet* memosisikan diri sebagai penerima ilmu dan masyarakat dengan bebas mengakses serta bertanya terkait ajaran Islam.

Berkembangnya *internet* tidak hanya sebatas hadirnya *internet explore* atau situs *website*, kini media sosial menjamur dalam bentuk aplikasi-aplikasi di berbagai telepon pintar (*smartphone*). Hadirnya *internet* menawarkan konsep komunikasi yang lebih baik, yaitu melibatkan interaktivitas antara komunikator dengan penggunanya. Melalui *internet* juga mampu menyampaikan keilmuan da'wah sesuai dengan yang dibutuhkan oleh para penggunanya. Salah satu contoh aplikasi media sosial yang tengah hangat dikalangan masyarakat khususnya anak muda adalah *instagram*. *Instagram* merupakan aplikasi yang dirancang untuk mentransformasikan foto, video, filter dan dilengkapi dengan akses untuk saling berbagi foto dengan

aplikasi media sosial lainnya (Atmoko, 2012). Lewat fitur-fitur instagram dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mengunggah foto atau video mereka dan membiarkan teman di dunia maya mengetahui nilai serta makna dalam konten tersebut, begitupula dengan da'wah. Beberapa kelompok anak muda mencoba untuk memperluas kekayaan ilmu agama dengan menyalurkannya lewat *instagram*. Dengan demikian, pergerakan da'wah perlahan akan dikenal oleh pengguna *instagram* dan diharapkan memberikan nilai-nilai kebaikan. Salah satu contoh kelompok anak muda yang memanfaatkan *instagram* sebagai ladang da'wah adalah kelompok Pemuda Hijrah. Kelompok anak muda ini aktif menggunakan *instagram* untuk menyampaikan da'wah Islam lewat konten foto, *caption*, video pendek dan informasi seputar kajian Islam.

Pemuda Hijrah: Da'wah Melalui Media Sosial (Instagram)

Generasi muda dikenal dengan istilah *agent of change* yang berarti agen perubahan. Istilah digunakan agar anak muda hidup dalam generasi sebagai komunal yang mampu menjadikan permasalahan berjalan dengan solusi yang baik. Harapan yang dilaburkan pada sandarannya, tetaplah sebagai sebuah harapan. Di samping itu, pemuda atau biasa dikenal dengan sebutan anak muda merupakan fase yang masih diikuti dengan gaya *fun*, lincah dan cerdas. Jika pemerintah secara gencar mengajak anak muda untuk berkarya dan kreatif, hal itu tentu dilakukan dalam Islam. Anak muda diajak beretika yang sopan dengan kedua orang tua, dengan orang yang lebih tua dari diriya, menyayangi yang lebih muda dari

dirinya, serta patuh pada aturan yang berlaku ajaran Islam. Di samping itu, anak muda biasanya merupakan generasi yang sangat rentan dengan masyarakat sosial (Rakhmat, 2009). Oleh karena itu, generasi pemuda menjadi sangat penting untuk diperhatikan dan diberikan kebebasan ruang untuk berpendapat serta diikutsertakan dalam kegiatan da'wah.

Di era milenial ini da'wah memperluas jalurnya melalui ranah maya. Da'wah dilakukan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi banyak di era ini dari berbagai penjuru dunia, terlebih akses yang digunakan terkait peran *new media* di dalamnya. Salah satu contohnya adalah pemanfaat *instagram* sebagai wadah atau konteks berda'wah. Tidak sedikit kalangan aktivis muda menebarkan misi da'wahnya lewat *instagram*. Salah satunya akun *Pemuda Hijrah*.

Gambar 1. Akun *instagram* Pemuda Hijrah



Sumber: *instagram.com*

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa *Pemuda Hijrah* menggunakan *instagram* sebagai media atau alat untuk membantu mereka berda'wah dengan mudah. *Pemuda Hijrah* atau dikenal dengan sebutan *Shift* memiliki *tagline* khusus untuk mewakili

keberadaan mereka dalam komunitas, yaitu “*banyak maen, banyak manfaat, banyak pahala, sedikit dosa*”. *Tagline* ini menggambarkan bahwa mereka merupakan sekelompok anak muda yang tidak meninggalkan masa mudanya dan terusnya menebarkan manfaat dalam kehidupan. Terhitung sampai pada tanggal 18 Desember 2017 akun *instagram* Pemuda Hijrah diikuti oleh 832.000 pengikut dan telah mengunggah foto dan video singkat dengan kumulatif sebesar 344 konten. Dengan penyajian data seperti ini tentunya sangat fantastik dalam dunia *instagram*. Oleh karena itu, dengan terbentuknya ruang da’wah di akun *instagram* sangat menarik bagi peneliti untuk mengkaji wajah baru da’wah dan praktiknya dalam jejaring sosial *instagram*.

Gerakan Pemuda Hijrah atau dikenal dengan sebutan lain *Shift* merupakan komunitas yang bergerak di bidang da’wah dengan sasaran anak muda tanpa harus meninggalkan kegemaran atau dunia masa muda mereka dalam berbagai hal selagi masih dalam kebaikan. Terbentuknya komunitas ini berawal dari kajian yang diselenggarakan di Masjid AL-Lathif, Bandung. Berdasarkan data hasil wawancara, Pemuda Hijrah berdiri sejak Maret 2015 dan didirikan secara bersama oleh 5 orang dengan logo *Shift* yang artinya berubah atau pindah. Lahirnya komunitas ini atas keprihatinan pada jumlah jama’ah da’wah. Sehingga muncul ide untuk konsen pada konsep da’wah kreatif unruk menasar anak muda dan dikemas semenarik mungkin. Oleh karena itu *tagline* atau slogan dari komunitas ini adalah “*banyak main, banyak manfaat, banyak pahala, sedikit dosa*”.

Founder atau pencetus Pemuda Hijrah adalah Ustadz Hanan Attaki yang dikenal sangat mudah merangkul golongan anak muda. Lewat da'wahnya, beliau sering menyampaikan materi terkait pernikahan, sehingga tak jarang dari kelompok anak muda muda terinspirasi dengan kajian yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki. Menurut Ustadz Hanan Attaki, da'wah tidak selalu terkungkung dalam masjid. Anak muda di luar masjid sangat perlu untuk dirangkul dan mengajak mereka pada kebenaran karena anak muda merupakan sebuah kebangkitan

Metode da'wah yang digunakan oleh Pemuda Hijrah tidak terlihat seperti bentuk da'wah pada biasanya yang hanya terpaku pada suatu perkumpulan atau *halaqah* dan dengan konsep penyampaian yang terkesan kaku. Pemuda Hijrah mencoba untuk menyesuaikan bentuk da'wah mereka dengan pola kehidupan anak muda, yaitu melalui akun media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *blog* dan *youtube*. Di samping itu, menurut hasil wawancara dengan pihak divisi hubungan masyarakat (Humas) Pemuda Hijrah, mereka sering melakukan aktivitas *outdoor* seperti bermain *shateboard*, *surfing*, bola kaki, dan kegiatan positif lainnya.

Bentuk kegiatan da'wah kontemporer ini mengandung unsur difusi dan inovasi yang sangat bersinggungan dengan ranah kajian komunikasi. Rogers telah memetakan 4 elemen yang terkandung dalam difusi dan inovasi, yaitu inovasi, saluran komunikasi, jenjang waktu dan sistem sosial.

1. Inovasi

Bentuk da'wah yang digunakan Pemuda Hijrah tergolong baru. Hal ini dapat dikatakan sebagai bentuk inovasi atau temuan baru karena berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Hubungan Masyarakat (Humas) Pemuda Hijrah dijelaskan bahwa strategi da'wah yang digunakan mengusung konsep baru dengan mendekati dan merangkul anak muda lewat program-program yang beragam. Melalui laman *news.detik.com* Fani Krismanda (Inong) sebagai salah satu pendiri Pemuda Hijrah menjelaskan bahwa konsep da'wah yang akan dipaparkan dikemas sekreatif mungkin untuk menarik perhatian anak muda. Kegiatan dibentuk seperti saling tukar pikiran dan diskusi sering melibatkan anak muda untuk bergabung di dalamnya. Misalnya, mengajak anak *punk* untuk ikut bergabung dan hadir untuk berdiskusi soal Islam. Saat anak *punk* hadir mereka tidak hadir dengan pakaian gamis dan peci, akan tetapi dengan balutan jaket kulit dan *spike*. Pembicaraan yang dilangsungkan juga diawali dengan pembicaraan ringan dan santai, sehingga anak muda dapat mencernanya dengan sangat baik.

Tentunya dengan adanya alasan terbentuknya komunitas Pemuda Hijrah dapat meminimalisir stigma di masyarakat terkait peserta kajian yang didominasi oleh golongan orang tua dan disertai dengan bentuk penyampaian ceramah yang dinilai membosankan. Sehingga sangat tidak heran apabila jumlah peserta yang hadir tidak melampaui kadar rata-rata peserta. Di samping itu, Pemuda Hijrah ingin menunjukkan bahwa tidak

seharusnya anak jalanan atau grup *punk* dibiarkan tak terurus hidup di jalan. Mereka perlu untuk diberikan perhatian dan perbaikan moral serta agama. Terlebih mereka sebagai generasi muda yang nantinya akan membawa perubahan pada Indonesia.

Bentuk inovasi yang dilakukan adalah dengan cara menciptakan kegiatan-kegiatan yang bersifat *outdoor*. Kegiatan di luar ruangan difasilitasi dengan ragam bentuk agenda, salah satunya seperti olahraga. *Skateboard, dyfing, surfing* sudah biasa dilakukan oleh anggota Pemuda Hijrah untuk menyelami kebiasaan-kebiasaan yang digemari dan mencerminkan sosok anak muda yang bahagia data. Agenda seperti ini bukan hanya difokuskan pada kaum adam (laki-laki), akan tetapi ikut memfasilitasi ranah kaum hawa (perempuan) untuk terlibat aktif dalam komunitas Pemuda Hijrah.

Gambar 2. Pengajian untuk Perempuan



Sumber: *instagram.com*

Gambar 2 mendeskripsikan bahwa kegiatan untuk *akhwat* (perempuan) juga diberikan fasilitas oleh Pemuda Hijrah yang diisi oleh Ustazah Haneen selaku istri dari Ustadz Hanan Attaki.

Kegiatan da'wah lainnya dilakukan dengan memanfaatkan *new media*, seperti *website, youtube, facebook* dan *instagram*. Berdasarkan bentuk da'wah yang dilakukan, konsep da'wah

yang diciptakan merupakan suatu ide atau penemuan terbaru yang sangat jarang dilakukan oleh kelompok da'wah lainnya. Upaya untuk membidik anaku muda dan masuk dalam dunianya sebagai wujud trobosan untuk mengajak mereka secara perlahan beragam Islam dengan benar tanpa harus meninggalkan *hobby* mereka selagi masih berada di jalan kebenaran.

2. Saluran Komunikasi

Pesan tidak akan dimengerti bila tidak sampai pada kalangan yang dituju. Dengan demikian, saluran komunikasi sangat dibutuhkan untuk dalam proses transfer pesan atau sering disebut dengan istilah media. Pemuda Hijrah sebagai komunitas da'wah mengadopsi beberapa bentuk saluran komunikasi untuk melancarkan misi penyampaian da'wah. Tidak hanya secara tatap muka dalam pertemuan bersifat *outdoor* dan tausiyah *one way communication*, tapi ikut menggunakan *new media* salah satunya *instagram* dengan tujuan mensyi'arkan da'wah.

Pihak Pemuda Hijrah menjelaskan bahwa sebelum terjun untuk memutuskan jenis media yang digunakan, terlebih dahulu melakukan pengamatan pada jenis media yang sekiranya ramai digunakan masyarakat di zaman modern ini khususnya di kalangan anak muda. *Instagram* seolah memberikan jawaban bahwa aplikasi ini telah ramai digunakan oleh setiap kalangan. Penyebarluasan informasi dengan mudah dilakukan dalam hitungan detik. Melalui beragam unggahan foto dan video

mayoritas didominasi oleh anak muda. Dengan demikian, Pemuda Hijrah menetapkan keputusan untuk menggunakan *instagram* sebagai salah satu wadah mereka untuk berda'wah. Kolektivitas perilaku kalangan anak muda lebih unggul dibandingkan dengan kalangan orang tua. Oleh karena itu Pemuda Hijrah mengupayakan bentuk da'wah dalam sekreatif mungkin agar memperoleh respon yang positif di masyarakat. Salah satunya adalah konsep video singkat atau *short movie* berdurasi pendek selama 1 menit dimaksimalkan mampu mengcover isi da'wah dan foto atau gambar yang berisikan pesan da'wah.

Gambar 3. Ajakan Kegiatan *Sharing* Melalui Instagram



Sumber: *instagram.com*

Gambar 3 mendeskripsikan sebuah informasi akan diadakannya *sharing* atau diskusi pada hari rabu. Gambar tersebut disertai dengan teks atau dikenal dengan istilah *caption* *Sharing*. kegiatan *sharing* yang dilakukan pada hari Rabu dengan tema “mengundang keajaiban”. Di samping pada *caption* tersebut juga sekilas menjelaskan tentang kejadian yang terjadi dalam hidup erat kaitannya dengan di luar dugaan yaitu tanpa bisa diprediksi dari apa yang telah direncanakan. Hal seperti ini juga

turut disampaikan oleh Pemuda Hijrah terkait kegiatan *sharing* yang dilaksanakan pada hari lain, seperti *sharing* Minggu.

Melalui gambar seperti Pemuda Hijrah ingin mengajak masyarakat khususnya pengguna *instagram* yang berada di sekitar lokasi diskusi agar dapat meluangkan waktu untuk menghadiri *sharing* atau diskusi menyangkut pesan da'wah Islam. Hal ini merupakan bentuk da'wah yang disebarluaskan oleh Pemuda Hijrah melalui akun *instagram* untuk mengajak pada nilai-nilai Islam.

Gambar 4. Cuplikan Short Movie pada Akun Instagram Pemuda Hijrah



Sumber: *instagram.com*

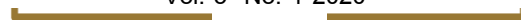
Gambar 5 merupakan salah satu bentuk *short movie* yang diunggah oleh pihak Pemuda Hijrah pada akun *instagram*. *Short movie* ini berisikan da'wah atau ajakan/informasi terkait informasi penting tentang Islam. Setiap *short movie* yang diunggah oleh Pemuda Hijrah pada akun *instagram* merupakan bentuk da'wah mereka untuk mengajak pada Islam. Cuplikan *short movie* pada gambar 5 dilengkapi oleh audio dan teks yang menjelaskan audio, sebagai berikut.

*“Pernah ga kayak merasa pernah berjasa pada seseorang?
Trus suatu saat kita ga butuh dia, cuma pengen nyapa doang.
Telpon, eh di reject, bukan ga diangkat.*



Al – Mabhats

Jurnal Penelitian Sosial Agama
Vol. 5 No. 1 2020



*Kalau ga diangkat mungkin dia lagi kuliah, lagi di kamar mandi, sehingga ga diangkat.
Udah, telpon lagi. Kita telpon pagi, sekali. Nanti siang telpon lagi, sore telpon lagi, direject
Nanti magrib telpon lagi, direject lagi. Malem telpon lagi, direject
Sehari 5 kali gimana tuh perasaan kita.
Seharusnya Allah lebih dari itu, karena Allah sering kita reject
Hayya 'ala sholah, kadang2 kita nge-rejectnya tuh dengan keluhan lagi
Duh, udah waktu solat aja, gimana kalau kita digituin?
Dan mungkin itu ngirimnya bukan dengan lisan, dengan hati.
Bukankah Allah Alimun bixatish shudur? Tau bangean ucapan di hati kita
Maa ghorroka bi rabbikal karim
Apa terus masalah kita untuk ga istighfar sama Allah
Pasti satu doang masalahnya
Kita nganggap allah itu ga penting
Padahal hidup kita itu 24 jam di tangan Allah SWT.
Tapi kita sombong, seolah-olah kita bisa hidup tanpa Allah SWT"*

Caption tersebut merupakan isi audio yang terdapat dalam cuplikan video gambar 5. Berdasarkan *caption* tersebut dapat diketahui bahwa lewat *short video* tersebut pesan yang disampaikan merupakan pesan da'wah Islam. Hal ini dibuktikan dengan adanya kalimat "Hayya 'ala sholah" yang artinya adalah "mari laksanakan sholat". Kalimat menunjukka ajakan kepada pengguna *instagram* khususnya Muslim untuk mendirikan shalat seperti yang diperintahkan dalam agama Islam. Selain itu, bahasa yang digunakan merupakan bahasa yang sering digunakan sehari-hari, sehingga para pengguna *instagram* mudah untuk memahami isi da'wah yang disampaikan oleh salah satu ustadz pada video tersebut. Bentuk perumpamaan yang digunakan sangat berkaitan dengan logika, misalnya perumpamaan tidak

mengerjakan sholat dicontohnya seperti panggilan masuk yang ditolak. Perumpamaan seperti ini disampaikan untuk memberikan pemahamanyang mudah diresapi dan dimengerti oleh pengguna *instagram*. Da'wah Islam yang dilakukan oleh Pemuda Hijrah lewat *short video* dan foto ilustrasi Islam pada akun *instagram* sebagai salah satu bentuk da'wah kreatif dan inovati di zaman modern.

3. Jenjang Waktu

Pesan dan ajakan untuk berda'wah telah disalurkan lewat beberapa kegiatan dan *tool* media sosial seperti *instagram*. Kegiatan da'wah pada alam terbuka atau *outdoor* dan melalui *instagram* ternyata tidaklah sulit untuk diterima oleh masyarakat luas terutama anak muda. Lewat pengamatan kentara dilakukan untuk membaca *lifestyle* anak muda cukup meyakinkan mereka bahwa da'wah tidak selamanya bersifat kaku dan tidak harus diikuti oleh generasi tua. Paradigma yang mencerminkan bahwa da'wah bersifat kuno, kian terpatah dengan hadirnya Pemuda Hijrah. Hal ini terbukti lewat respon postif dari kalangan anak muda yang kian ikut bergabung dengan Pemuda Hijrah. Sampai saat karakter pemuda yang ikut bergabung dengan Pemuda Hijrah sangat variatif, yaitu mulai dari umur 18 tahun dan sekitaran usia mahasiswa. Hal yang mengejutkan adalah generasi usia 40-an ikut bergabung dalam komunitas ini.

Hal ini membuktikan bahwa tidak perlu waktu yang lama untuk membaca, melacak dan memahami konsep dari kegiatan

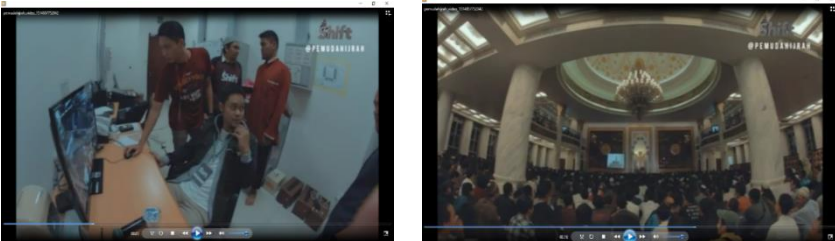
Al – Mabhats

Jurnal Penelitian Sosial Agama
Vol. 5 No. 1 2020

da'wah Pemuda Hijrah. Di samping itu, *tagline* Pemuda Hijrah yang berbunyi “*banyak maen, banyak manfaat, banyak pahala, sedikit dosa*” semakin mudah untuk menarik anak muda bergabung bersama Pemuda Hijrah.

Di samping kegiatannya mayoritas mengatasnamakan anak muda, ternyata kajian atau tausiyah Islam yang dibawakan oleh Ustadz Hanan Attaki selaku *founder* Pemuda Hijrah menuai banyak sekali respon positif dari masyarakat, terutama anak muda. Pada tausiyah yang dilakukan sifatnya satu arah. Bila dicermati sifat *one way communication* hanya dilakukan satu pihak yang ditujukan kepada *audiens* atau penonton dalam jumlah besar dan seharusnya bila tidak terjadi komunikasi secara timbal balik atau *two ways communication* akan terkesan kaku dan membosankan. Berdasarkan pengamatan peneliti pada beberapa *short movie* dan foto pada akun *instagram* Pemuda Hijrah menunjukkan bahwa ramai dari kalangan masyarakat khususnya anak muda yang ikut meramaikan dan mendengar tausiyah Ustadz Hanan Attaki (*founder* Pemuda Hijrah) saat menyampaikan isi da'wahnya di beberapa masjid di Indonesia.

Gambar 5. Di Balik Layar Pengajian Pemuda Hijrah Suasana Pengajian yang Diselenggarakan oleh Pemuda Hijrah



Sumber: *instagram.com*

Gambar 5 peneliti peroleh melalui satu *short movie* yang sama yang diunggah pada akun *instagram* Pemuda Hijrah. Gambar kiri mendeskripsikan persiapan sebelum dilaksanakannya pengajian yang akan diisi oleh Ustadz Hanan Attaki dan tampak bahwa anak muda yang bekerja di balik layar untuk mengontrol berjalannya pengajian, sedangkan gambar kanan merupakan suasana saat pengajian berlangsung dan masjid dipadati peserta pengajian. Melalui *instagram* Pemuda Hijrah sangat aktif memngunggah setiap kegiatan yang akan dan sedang dilaksanakan. Pemuda Hijrah menggunakan akun *instagram* sebagai ladang da'wah. Hal ini menunjukkan bahwa anak muda yang telah bergabung dengan Pemuda Hijrah tidak hanya peduli dan tertarik dengan konsep hijrah (kembali kepada ajaran Islam) melalui da'wah *outdoor*, akan tetapi juga sangat antusias mendengarkan tausiyah Islam dengan konsep *one way communication*.

4. Sistem Sosial

Terbentuknya komunitas Pemuda Hijrah merupakan inisiatif dari Ustadz Hanan Attaki dan proses pembentukannya ikut dibantu oleh beberapa rekan dalam tim unsur mensasar masyarakat khususnya anak muda untuk kembali mendekatkan masjid. Hal ini didorong dengan visi dan mis yang jelas untuk memberi sesuatu terbaik untuk orang lai. Beranggotakan taksiran peserta yang banyak dan golongan usia yang mejemuk

mendorong semangat mereka untuk mensyi'arkan ajaran Islam secara luas.

Secara implisit tujuan Pemuda Hijrah didirikan untuk mengajak kaum anak muda muslim kembali menegakkan ajaran Islam dan tidak terlarut pada konsumerisme kapitalis seperti banyak praktik yang beredar saat ini. Pemuda Hijrah ingin mengubah tatanan konsep makna hidup pada anak muda muslim untuk tetap berkaya dan memiliki hubungan yang sangat dekat dengan masjid. Hubungan komunikasi yang terbentuk antar sesama anggota Pemuda Hijrah merupakan salah satu sistem sosial. Sistem sosial terbentuk karena adanya kesamaan visi dan misi antar sesama anggota untuk menjalankan program sesuai pada tujuan yang ingin dicapai meskipun masing-masing anggota berasal dari latarbelakang yang sangat berbeda antara satu sama lain. Selanjutnya, sistem yang terbentuk dalam komunitas akan menyebarkan ketika bersinggungan dengan masyarakat luas. Keberadaan komunitas Pemuda Hijrah akan semakin diakui di lingkungan masyarakat sesuai dengan kesuksesan kegiatan atau program yang dilakukan. Semakin menampilkan suksesnya program da'wah yang dijalankan, semakin mudah Pemuda Hijrah diterima di masyarakat.

Kesimpulan

Inovasi da'wah oleh Pemuda Hijrah cukup unik didasari dengan *tagline* “*banyak maen, banyak manfaat, banyak pahala, sedikit*

dosa". Istilah ini digunakan untuk menggambarkan bahwa da'wah Islam tidak selamanya dinilai monoton dan seolah jauh dari *fun* (kesenangan), justru da'wah Islam bisa masuk dari celah mana saja untuk menyadarkan dan mengajak muslim kembali pada jalan Islam yang benar. Stigma yang beredar di masyarakat terkait da'wah Islam seperti istilah *sok alim, kuno, kudet* berhasil dipatahkan oleh Pemuda Hijrah bahwa da'wah Islam dapat dilakukan di mana saja, dalam situasi apa saja dan dengan cara apa saja tanpa harus meninggalkan *hobby* seseorang, akan tetapi mutlak tinggalkan hal yang dilarang dalam Islam.

Lewat berbagai program *outdoor* mengajak kaum anak muda muslim untuk lebih kreatif dan aktif dalam menda'wah Islam. Hal ini tidak hanya dibataskan pada golongan laki-laki, akan tetapi ikut diberlakukan pada kaum perempuan. Penyebaran da'wah Islam yang dilakukan secara masif disampaikan melalui tausiyah oleh Pemuda Hijrah dan memaksimalkan *instagram* untuk menarik anak muda menjalankan syari'at Allah.

Kegiatan-kegiatan yang dicanangkan oleh Pemuda Hijrah terbilang sangat inovatif, karena pada dasarnya kajian-kajian yang disampaikan tak jarang menggunakan kosa kata yang sulit dimengerti. Dengan demikian, Pemuda Hijrah hadir untuk menampung seluruh aspek yang menyangkut Islam khususnya kalangan anak muda agar kepeduliannya pada Islam kian bertambah-dari waktu ke waktu.

Daftar Pustaka

- Arifin, A. (2011). *Da'wah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita.
- Basit, A. (2013). Da'wah Cerdas di Era Modern. . . *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1).
- Beta, A. (2009). Hijabers: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves in Indonesia. *The International Communication Gazette*, 76(4-5), 377-389.
- Bunt, G. R. (2009). *iMuslim: Rewiring The House of Islam*. USA: The University of North Carolin.
- Fealy, G. (2012). Mengonsumsi Islam: Agama yang Dijadikan Jualan dan Kesalehan yang Diidam-idamkan di Indonesia. In *Ustadz Seleb: Bisnis Moral dan Fatwa Online* (p. 15). Jakarta: Komunitas Bambu.
- Hasan, N. (2009). The Making of Public Islam: Piety, Agency and Commodification on The Landscape of The Indonesian Public Sphere. *Contemporary Islam*, 3(3), 229.
- Hoesterey, J. B., & Marshall, C. (2012). Film Islami: Gender, Piety and Pop Culture in Post-Authoritarian Indonesia. *Jurnal Asian Studies Review*, 36, 207-226.
- Kailani, N. (2012). Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia. *Review of Indonesian and Malaysian Affair*, 46(1), 33-53.
- Muslim, A. (2017). *Digital Religion and Religious Life in Southeast Asia*. Leiden: Brill.

Rakhmat, J. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja

Rosdakarya.

Riski, J. W. S. (2012). Da'wah dalam Masyarakat Dunia Maya (Cyber Community): Peluang dan Tantangannya. *Jurnal Hikmah*, VI(1).

Syafrizal, A. (2015). Sejarah Islam Nusantara. *Jurnal Islamuna*, 2(2).