

FENOMENA HIJRAH GENERASI MILENIAL KONTESTASI NARASI-NARASI AGAMA DI RUANG PUBLIK

Latar Belakang

Belakangan ini marak kita temui kampanye gerakan hijrah di media sosial. Hijrah telah menjadi istilah populer yang akhir-akhir ini terdengar di televisi dan artikel populer. Tidak jelas siapa yang memulai gerakan ini. Sebagai sebuah fenomena, hijrah sebenarnya sudah muncul sejak lama, dimulai dari kalangan musisi seperti Gito Rollies, Harry Moekti, Sakti 'Sheila On 7', Mohammad Kautsar Hikmat atau lebih dikenal dengan nama Uki 'NOAH', Teuku Wisnu, Irwansyah atau Shireen Sungkar. Meskipun perubahan yang mereka lakukan secara substansial adalah hijrah, tapi masyarakat dan media kala itu tidak pernah menyebutnya demikian. Penyebutan hijrah untuk perubahan seperti yang dilakukan para musisi dan artis sinetron di atas baru terjadi belakangan ini.

Istilah hijrah sendiri sejatinya bukanlah istilah baru. Istilah hijrah telah familiar pada kalangan umat Muslim. Hijrah sendiri merupakan peristiwa historis Rasulullah saw dan para pengikutnya untuk bereksodus ke luar Mekkah karena adanya ancaman, resistensi, intimidasi, dan bahkan persekusi yang dilakukan masyarakat Mekkah terhadap Nabi Muhammad saw dan pengikutnya. Secara historis, setidaknya tercatat ada dua periode gelombang hijrah. Pertama, para pengikut awal Rasulullah saw pernah melakukan hijrah di Habasyah (Ethiopia) untuk menghindari kekerasan dan persekusi yang dilakukan oleh kaum kafir Quraisy Mekkah. Kedua, saat Rasulullah saw dan pengikutnya berpindah dari Mekkah ke kota Yasrib (Madinah) setelah adanya ancaman dan perlakuan tidak

manusiawi yang diterima umat Muslim oleh para penguasa zalim di Mekkah. Istilah hijrah digunakan sebagai sebutan untuk menamai sebuah gerakan yang mengajak kaum muslim, khususnya anak muda, untuk “berpindah” menjadi pribadi yang lebih baik dengan cara meningkatkan ketaatan dalam menjalankan syariat agama.

Namun, konsep hijrah saat ini diindentikkan dengan transformasi dari orang yang kurang religius menjadi lebih saleh. Perubahan tersebut umumnya terlihat melalui pilihan busana muslimah, yakni memilih untuk memakai pakaian sejenis gaya Arab (kerudung dengan jubah yang menjuntai). Sedangkan laki-laki yang berhijrah identik dengan menghindari mengenakan celana panjang di bawah mata kaki (*isbal*) dan mengadopsi janggut panjang (*lihyah*). Fenomena hijrah yang disponsori oleh kalangan selebriti dilatari oleh cara pandang agama yang hanya sebatas diartikan baju panjang yang menutupi semua tubuh, panjangnya jenggot dan sorban di kepala. Agama dipersempit hanya dalam fashion semata, milenial yang berhijrah identik dengan perubahan yang signifikan terhadap cara berpakaian yang awalnya ketat kini berubah menjadi lebih syarfi dengan kerudung panjang dan lebar menutupi dada dan baju longgar. Bahkan ada yang meninggalkan pekerjaannya untuk mengikuti apa yang mereka sebut sebagai gaya hidup hijrah total. Ciri-ciri fenomena ini sudah terlihat di ruang publik Indonesia sejak awal 2000-an.

Hamzah Fansuri, dalam artikelnya ‘Gerakan Hijrah dan Kontestasi Ruang Publik Indonesia’, menjelaskan telah menunjukkan bagaimana kaum muda Muslim Indonesia memiliki kesadaran baru tentang ruang publik perkotaan sebagai arena kontestasi strategis, terutama dalam menggemakan kesalehan performatif dan mempromosikan gerakan hijrah. Kesadaran ini pula yang mendorong mereka, yang terorganisir dalam komunitas-komunitas Muslim baru dan berjejaring di berbagai kota, untuk merebut ruang-ruang publik perkotaan seperti alun-alun, taman, jalan, trotoar, dan pusat perbelanjaan. Di ruang-ruang publik ini, mereka telah memprakarsai beberapa ritual keagamaan seperti salat, *iftar*, dan pengajian untuk mendapatkan simpati dan dukungan luas dari kaum Muslim urban, meskipun terdapat beberapa kontroversi. Kesadaran dan upaya untuk merebut ruang publik tersebut antara lain datang dari ingatan historis mereka sejak Indonesia merdeka dan masa Orde Baru yang represif, di mana umat Islam terus memperjuangkan agar Islam menjadi budaya dan praktik dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Dengan kata lain, penegakan syariat Islam dan bahkan perjuangan untuk mendirikan negara Islam. Diskontinuitas pada generasi baru ini lebih pada kurangnya minat mereka dalam perjuangan politik.

Karena generasi baru Muslim muda ini tidak bisa lepas dari gaya hidup perkotaan, mereka berusaha menyelaraskan budaya perkotaan sekuler dengan kesalehan Islam. Mereka mengikuti tren gaya hidup yang berkembang, namun tetap tampil dengan nuansa Islami. Mereka berpendapat bahwa itu adalah bagian dari cara untuk merespon perubahan zaman dan strategi yang paling menarik dalam mendakwahkan Islam kepada masyarakat luas. Dengan demikian, tidak cukup lagi menamakan fenomena ini sebagai banalitas pengamalan Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Sidiq Notonegoro, ada beberapa faktor yang dapat menjadi alasan bagi mereka melakukan hijrah tersebut. *Pertama*, tumbuhnya kesadaran mereka akan pentingnya untuk menghadirkan nilai-nilai agama dalam kehidupan dunia yang kian sekuler. Mereka mengalami kesadaran bahwa jalan hidup yang dipilihnya selama ini menjauh dari nilai-nilai religiusitas. *Kedua*, hijrah sebagai jalan pelarian diri dari kehidupan dunia yang menjenuhkan. *Ketiga*, hijrah sebagai gaya hidup setelah sejumlah selebritis yang diidolakan terlebih dahulu melakukan hijrah. Hadirnya fenomena hijrah dapat menjadi hal yang positif, yaitu munculnya gerakan untuk kembali ke jiwa religius. Namun fenomena hijrah ini juga bisa berdampak negatif jika migrasi ini salah jalur. Tidak dipungkiri bahwa gerakan hijrah pun menjadi incaran kaum radikal-teroris. Karena itu, kehadiran kelompok-kelompok moderat untuk aktif mengisi cawan-cawan kosong milenial sangat diharapkan. Media sosial yang selama ini menjadi sarana utama kaum muda milenial dalam menggali informasi keagamaan—termasuk tentang hijrah—harus berhasil didominasi oleh kelompok moderat.

Tentang Jurnal Ini

Artikel-artikel dalam jurnal ini secara umum melihat secara kritis fenomena hijrah, baik di kalangan artis maupun di kalangan anak-anak muda millennial. Secara umum gerakan hijrah menawarkan hal positif sebagai upaya untuk mencapai kehidupan yang lebih baik berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Akan tetapi, gerakan ini juga dilihat memiliki kerentanan terhadap eksklusivisme. Hijrah yang banyak dijumpai di berbagai kota cenderung sebatas perubahan kebiasaan hidup menjadi lebih Islami saja bahkan mengarah pada pembentukan pola pikir jumud dan intoleran. Justru mereka terjebak pada klaim merasa 'paling hijrah', namun merendahkan sesama umat yang melakukan amalan yang berbeda dengan kelompoknya atau pemahamannya saja.

Artikel pertama ditulis Hamzah Fansuri berjudul, ‘Gerakan Hijrah dan Kontestasi Ruang Publik Indonesia’. Artikel ini membahas bagaimana komunitas-komunitas kaum muda Muslim perkotaan Indonesia berupaya merebut ruang publik perkotaan untuk menggaungkan kesalehan performatif dan mempromosikan gerakan hijrah. Dengan mempelajari salat berjamaah, tabligh akbar, dan mengaji Quran di beberapa ruang publik Indonesia. Tulisan ini berargumen bahwa kaum muda Muslim Indonesia kontemporer sangat sadar bahwa strategi baru dakwah Islam perlu menguasai ruang publik setelah sekian lama direpresi oleh rezim Suharto. Lebih lanjut, artikel ini menggambarkan bahwa meningkatnya performativitas dan artikulasi Islam di ruang publik merupakan fenomena yang tengah berlangsung di dunia Barat dan Timur terkait kebutuhan spiritual umat Islam di tengah disrupsi ekonomi, sosial, dan politik global.

Artikel kedua berjudul, ‘Gejala Hijrah di Indonesia: Transformasi dari Islamisme Fundamentalisme Menuju Islamisme Populer’, ditulis oleh Muhammad Ridha Basri. Dalam artikel ini, Basri berargumen bahwa fenomena hijrah merupakan ekspresi keagamaan kultural, yang bergerak ke wilayah budaya populer dan Islam tengahan. Secara historis, kelahiran wacana hijrah punya pertautan dengan kelompok islamisme fundamentalis yang menjadikan hijrah sebagai doktrin kunci perjuangan ideologi Islam. Namun komunitas hijrah kontemporer bertransformasi bersamaan dengan arus modernisasi dan globalisasi, memudarnya daya tarik islamisme dan organisasi keagamaan mainstream.

Artikel ketiga, ‘Hijrah sebagai *New Social Movement?*’ ditulis oleh Abd. Sidiq Notonegoro. Artikel ini memotret fenomena hijrah yang kini sedang populer di kalangan muda milenial dan juga selebritis/artis. Mereka tidak sekedar memaknai hijrah sebagai migrasi perilaku dari perilaku yang dianggap tidak baik menuju perilaku yang lebih baik berdasarkan nilai-nilai agama. Namun juga membentuk berbagai identitas dan gerakan-gerakan simbolik untuk menjadi penegas bahwa mereka sudah bermigrasi. Misalnya dengan pakaian-pakaian yang khas seperti gamis, baju koko, berjilbab besar atau bahkan melakukan umroh bersama-sama, juga menggelar pengajian-pengajian khusus dan eksklusif.

Artikel keempat ditulis oleh Mush’ab Muqoddas Eka Purnomo, ‘Mengoreksi Salah-Paham Makna Hijrah: Kajian Tafsir dan Sirah Nabawiyah’. Artikel ini mengupas tentang makna hijrah yang sering disalahpahami sebagai bentuk perubahan perilaku menuju gaya hidup yang islami demi popularitas, bahkan

dimaknai bergabung dengan kelompok-kelompok radikal. Makna hijrah sendiri yang berarti berpindah secara fisik dan bertaubat menuju kebaikan secara konsisten dan ikhlas tanpa pamrih. Sebagai upaya menanamkan pemahaman yang benar, Al Azhar sebagai otoritas keagamaan di Mesir menyusun mata pelajaran baru untuk tingkat menengah atas mengoreksi makna hijrah yang disalah-pahami, agar generasi muda Umat Islam tidak terjebak kepada pemahaman hijrah yang menyesatkan dan merupakan propaganda kelompok-kelompok radikal.

Artikel kelima ditulis oleh Joko Santoso, 'Media Baru dan Otoritas Keagamaan Generasi Milenial Muslim'. Dalam artikel mengupas peran media sebagai sumber informasi yang dapat disebar dengan cepat dan massif—termasuk isu-isu keagamaan di dalamnya. Para pegiat keagamaan menjadikan media ini sebagai media penyebaran pengaruhnya. Target dakwah mereka, Generasi Milenial Muslim menjadi generasi baru dalam target dakwah di Indonesia. Generasi ini menjadikan media baru dalam mencari informasi, termasuk sumber-sumber pengetahuan keagamaan. Platform Instagram dan YouTube merupakan dua kanal yang paling sering digunakan dalam menyebarkan dan menerima informasi keagamaan. Para dai yang mengisi ceruk-ceruk ini juga memanfaatkan media baru sebagai media alternatif dalam menyebarkan pengaruh keagamaan.

Artikel keenam berjudul 'Pesan Dakwah Hijrah *Influencer* untuk Kalangan Muda di Media Sosial' ditulis oleh Syihaabul Huda, Nuryani, Bambang Sumadyo. Riset ini secara kritis memotret situasi pandemi yang melanda dunia, di mana banyak penutupan tempat ibadah dan fasilitas umum dilakukan pemerintah untuk meminimalisasi penyebaran virus Covid-19. Sebagai upaya penyebaran dakwah, media sosial menjadi tempat yang efektif untuk menyebarkan syiar Islam. Beberapa influencer pun banyak memberikan tausiah yang menginterpretasikan dakwah melalui unggahan akun media sosialnya. Tujuan penulisan artikel ini juga untuk mengkaji pesan dakwah hijrah yang dilakukan influencer di media sosial untuk kalangan muda.

Artikel ketujuh berjudul, 'Urgensi Nilai Tasawuf pada Gerakan Hijrah di Kalangan Milenial: Konsepsi Hijrah Substantif-Sufistik' ditulis oleh M. Khamim. Kajian riset ini ingin memotret fenomena hijrah yang banyak dijumpai di berbagai kota yang cenderung sebatas perubahan kebiasaan hidup menjadi lebih Islami saja bahkan mengarah pada pembentukan pola pikir jumud dan intoleran. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif studi kepustakaan, artikel

ini bertujuan untuk menggambarkan konsepsi hijrah substantif yaitu hijrah secara lahir dan batin yang semestinya dan sesuai spirit hijrah yang diteladankan oleh Nabi Muhammad saw. berdasarkan nilai inti ajaran Islam (tasawuf). Hasil penelitian didapatkan bahwa melalui hijrah sufistik, hijrah diharapkan mampu mencapai tujuan hakikinya yaitu lahirnya individu yang salih spiritual dan salih sosial. Perubahan mindset paling mendasar dalam spirit hijrah ialah memperbarui kesaksian (*syahadat*) dan komitmen berakhlak mulia.

Dan, artikel terakhir, 'Keberagamaan Hijrah: Kebutuhan Ekonomi, Sosial Kultural, dan Eksistensi di Kalangan Selebritas', ditulis oleh Yumnati Agustina, Widyat Nurcahyo, Irma Novida. Artikel ini menelaah pelbagai fenomenan di masyarakat terkait hijrah yang sedang ramai diperbincangkan generasi milenial. Metode dalam penelitian ini merupakan analisis isi. Sumber data didapatkan dari media sosial dan media lainnya yang memuat fenomena hijrah di kalangan selebritas. Hasilnya didapatkan bahwa hijrah tidak sekadar ingin berubah dari hati, tetapi ada motif ekonomi yang harus terpenuhi. Selain itu, hijrah juga diikuti berdasarkan sosial kultural masyarakat Indonesia yang mengikuti pergerakan yang besar. Tujuannya agar tetap eksis di dunia hiburan tanah air dengan segala macam polemiknya.

Sebagai penutup kami berharap agar kesembilan artikel yang kami sajikan dapat memberikan informasi, pencerahan dan pemahaman secara komprehensif tentang fenomena hijrah, baik di kalangan artis maupun anak-anak muda milenial dengan segala tantangannya sesuai dengan tuntutan persoalan-persoalan kontekstual-kontemporer masyarakat Indonesia dewasa ini.

Selamat membaca.

Moh. Shofan

Pemimpin Redaksi Jurnal MAARIF