

# MEDIA BARU DAN OTORITAS KEAGAMAAN GENERASI MILENIAL MUSLIM

Joko Santoso

*Interdisciplinary Islamic Studies Kajian Timur Tengah*

*Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*

*jokosantosojoko2@gmail.com*

*DOI: 10.47651/mrf.v17i2.196*

## **Abstrak**

Media baru menjadi media utama dalam penyebaran informasi saat ini. Dengan media ini informasi dapat disebarakan dengan cepat dan masif. Para pegiat keagamaan juga 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.

**Kata Kunci:** *Media baru, otoritas keagamaan, dan generasi milenial*

## Pendahuluan

Kemajuan teknologi membawa dampak yang besar bagi tatanan informasi kita. Teknologi digital perlahan menggeser eksistensi sistem analog yang ada saat ini. Di semua lini teknologi digital digunakan untuk mempermudah hajat hidup manusia. Sistem digital dinilai lebih efisien dibandingkan dengan analog. Lebih cepat, akurat, dan efisien.

Pergeseran sistem analog ke digital disambut baik generasi muda. Generasi Y (milenial) dikenal sebagai generasi yang siap dengan perubahan ini. Mereka yang umumnya telah mendapatkan materi teknologi digital di sekolah mampu menerima teknologi baru. Komputer, smartphone, dan internet menjadi makanan sehari-hari.

Bila ditelusuri lebih jauh, perkembangan teknologi informasi membawa dampak yang begitu besar. Kebiasaan-kebiasaan manusia lambat laun berubah. Semua orang bisa mengakses informasi dengan mudah dan cepat. Generasi milenial yang menjadi konsumen utama teknologi ini mengalami perubahan yang pesat. Milenial mengandalkan media baru dalam mencari dan memperoleh informasi.

Dalam hitungan detik mereka dapat mengakses dan mendapatkan informasi. Gadget menjadi barang wajib milik agar tak ketinggalan informasi terbaru. Tak hanya informasi yang sifatnya berita, media baru menjadi jalan utama mendapatkan pengetahuan. Platform YouTube menjadi andalan mendapatkan pengetahuan bagi generasi milenial.

Beragam pengetahuan yang disajikan di YouTube. Mulai dari tutorial masak sampai sains, filsafat, dan juga agama. Yang terakhir ini menjadi menarik ketika mendapatkan antusias yang besar. Agama menjadi hal fundamental ketika dibicarakan di ruang publik. Ia dirasa penting karena notabene-nya Indonesia merupakan negara muslim terbesar di dunia. Konsekuensi logisnya agama akan mendapatkan porsi besar ketika berada di Indonesia.

Media baru mengambil andil besar dalam perolehan pengetahuan agama generasi milenial. Ia menjadi rujukan alternatif, bahkan dalam beberapa keadaan menjadi rujukan utama dalam mengambil ilmu keislaman. Banyak situs web yang muncul seiring butuhnya informasi keislaman generasi milenial. Dari banyaknya situs web keislaman kemudian dikategorikan menjadi empat jenis; konservatif, Islam politik, multikultural, dan komersial.

Banyaknya situs web keislaman berbanding lurus dengan kebutuhan informasi keislaman generasi milenial. Mereka mengakses web-web tersebut untuk menambah wawasan dan mencari jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang ingin diketahui. Mulai dari sejarah, akidah, maupun fikih ibadah dan muamalah. Situs keislaman dirasa banyak membantu menjawab persoalan-persoalan keseharian. Banyaknya informasi berkat kecanggihan teknologi mengakibatkan bergesernya corak otoritas keislaman generasi milenial.

Perdebatan antara perlu dan tidak perlunya otoritas dalam keagamaan sempat muncul ke permukaan akibat bergesekannya individu yang menginginkan penafsiran bebas dengan otoritas keagamaan yang biasa dipahami. Untuk menengahi perbedaan ini maka diambil jalan tengah bahwa otoritas keagamaan tidak dapat dilepaskan dari pembawaan dan menyebarnya sebuah agama tersebut. Pertanyaan selanjutnya siapa yang berhak memegang otoritas agama tersebut? Siapa yang memberikan mandat otoritas? Sejumlah pertanyaan ini yang kemudian menimbulkan perdebatan.

Untuk memahami lebih jauh konsep otoritas, kita tidak bisa meninggalkan konsep Weber tentang tiga tipe kekuasaan: tradisional, rasional-legal, dan kharismatik. Tipe-tipe Weber tersebut dikaitkan dengan bentuk-bentuk aksi sosial dan hubungan-hubungan sosial yang menjadi ciri khas berbagai kelompok masyarakat. Memang tipologi yang dirumuskan Weber diletakkan dalam konteks kepemimpinan (politik). Namun, karena kepemimpinan tidak dapat dilepaskan dari otoritas, maka tipologi ini juga bisa kita adaptasi dalam melihat otoritas keagamaan.

## Metode Pembahasan

Pemilihan objek bahasan otoritas keagamaan di kalangan Millennial dilakukan karena generasi milenial saat ini memiliki jumlah yang banyak dan berpengaruh di ranah publik Indonesia. Generasi milenial secara demografi masuk ke dalam usia produktif dan mulai mengisi pos-pos vital dalam ranah publik.

Jenis penelitian ini adalah Etnografi Virtual, di mana pendekatan kualitatif untuk mengidentifikasi pola-pola perilaku, pola-pola kehidupan dan relasi sosial dalam kehidupan Virtual di dunia maya atau di media sosial. Teknologi informasi yang hadir sehingga dapat mengubah kehidupan sosial masyarakat. Sekelompok orang menggunakan teknologi informasi untuk menyebarkan, menerima, dan mendiskusikan informasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari sosial media para tokoh yang memiliki otoritas keagamaan, terutama tokoh yang berpengaruh terhadap kehidupan beragama kaum muda milenial, sedangkan teknik analisis isi digunakan untuk mendeskripsikan data-data dan mencari makna dari data-data yang terusun untuk menemukan isi dan pola penyebaran pengaruh.

Etnografi virtual merupakan metodologi yang digunakan untuk melakukan eksplorasi terhadap entitas yang menggunakan internet. Etnografi virtual juga merefleksikan implikasi-implikasi dari komunikasi termediasi internet.<sup>111</sup> Jorgen Skageby dalam Daniel menjabarkan bahwa metode ini adalah metode yang digunakan secara kualitatif untuk memahami peristiwa pada komunitas virtual. Metode ini cara pengambilan sumber informasinya dengan menggunakan observasi dan wawancara secara *online*. Metode Etnografi Virtual mengurai cara dan kebiasaan sekelompok orang dengan penggunaan teknologi dalam berkomunikasi.<sup>112</sup> Metode penelitian ini biasa digunakan untuk meneliti pola dan isi komunikasi melalui media sosial.

## Hasil dan Pembahasan

Membahas tentang otoritas keislaman (terutama di Indonesia) menjadi topik yang menarik. Tidak sebagaimana aliran Syiah yang memiliki otoritas agama yang tunggal, Indonesia yang Sunni mempunyai kompleksitas dalam otoritas agama. Banyaknya organisasi Islam di Indonesia berkonsekuensi pula pada otoritas keagamaan. Setiap organisasi mengklaim dirinya pemilik otoritas agama.

Fenomena menarik tentang otoritas keagamaan yaitu yang dialami oleh generasi milenial. Mereka merupakan generasi yang hidupnya banyak dipengaruhi oleh media digital. Dari dunia digital inilah mereka mengambil informasi dan menyandarkan otoritas informasi, termasuk di dalamnya otoritas keagamaan. Maka dari itu banyak bermunculan para tokoh yang kepadanya disandarkan otoritas keagamaannya. Beberapa di antaranya merupakan tokoh-tokoh penceramah lama yang kemudian lebih dikenal setelah maraknya media

---

111 Hine, *Ethnography for Internet. Embedded, Embodied, and Every day*. (1 st), (New York: Bloomsbury Academic, 2015).

112 Daniel, B.K. *Handbook of Research on Methods and Techniques for Studying Virtual Communities: Paradigms and Phenomena* (New York: Information Science Reference, 2011).

informasi, tak sedikit pula bermunculan penceramah baru seiring media informasi berkembang pesat.

Generasi milenial merupakan sekelompok orang yang intens dan menggunakan media baru sebagai sumber informasinya. Mengenai pengertian dan batasan apa yang disebut sebagai media baru memang menemui perdebatan. Istilah media baru muncul seiring dengan dipertentangkannya dengan istilah media lama. Istilah ini juga sangat luas digunakan secara berbeda oleh banyak kepentingan, meliputi berbagai makna, konsep, teknologi, dan fungsi. Media Baru dipahami sebagai produk teknologi komunikasi media massa masa mendatang bersama-sama dengan komputer digital. Sebelum 1980an media massa yang diandalkan terutama media cetak dan analog seperti koran, bioskop, televisi, dan radio.

Media informasi lama seperti radio, televisi, koran, dan majalah telah digeser oleh media baru seiring berkembangnya teknologi. Media Baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi. Sifat media baru yang banyak digunakan saat ini bersifat digital dan disebar melalui jaringan internet. Akan tetapi media ini rentan untuk dimanipulasi atau dipalsukan. Kasus yang agak sulit terjadi ketika berada pada media lama.<sup>113</sup>

Indonesia dengan jumlah populasi generasi milenial yang tinggi dan tipe geografis kepulauan memiliki kecenderungan keberterimaan yang tinggi. Selain itu, banyak di antaranya merupakan kelompok ekonomi rendah. Selain itu juga termasuk tipe masyarakat yang memiliki tingkat kebiasaan membaca yang rendah. Namun, dalam masyarakat tradisional, jaringan sosial yang lebih kuat. Dengan meningkatnya pengguna internet, khususnya kenaikan pengguna ponsel, jangkauan media sosial akan memiliki peluang paling potensial.<sup>114</sup> Maka dari itu pemanfaat media baru di Indonesia cukup tinggi.

Sementara Media Lama seperti koran, majalah, radio, dan televisi lambat laun akan berkurang peminatnya, meski juga tetap masih ada penggunaannya. Saat ini manusia masuk ke dalam era kematian surat kabar. Media Lama yang dulu pernah berjaya, khususnya di Indonesia berangsur-angsur akan digantikan Media Baru seiring semakin majunya teknologi informasi. Pengaruh dan

---

113 LevManovich, "New Media From Borges to HTML." dalam Noah Wardrip-Fruin dan Nick Montfort(eds.), *The New Media Reader*, (Cambridge& Massachusetts,2003), 13-25.

114 Irwansyah, *Teknologi Komunikasi Sebagai Eksistensi Kekerabatan: Studi Analisa Jaringan Sosial Kekerabatan Berbasis Teknologi Komunikasi Telepon Seluler* (Jakarta: Universitas Indonesia, 2010).

jangkauan Media Baru berkembang pada tingkat yang lebih cepat daripada apa yang dicapai Media Lama dalam periode waktu yang lebih lama.<sup>115</sup>

Media Baru bersifat *real time*, sehingga dapat menyajikan informasi *up to date* atau terkini. Berbeda dengan Media Lama seperti koran dan majalah yang cenderung *delay* dalam distribusi informasi. Media Baru juga dianggap lebih demokratis dan independen, baik dalam pembuatan, penerbitan, distribusi, maupun dalam hal konsumsi konten yang tersedia. Media ini relatif lebih “merdeka” dalam menyampaikan informasi karena tidak terkungkung oleh kekuasaan dan kepentingan penguasa (baik pemerintah maupun pemegang modal). Begitu juga pembacanya, mereka lebih bebas memilih informasi yang dibutuhkan dan mendapatkan informasi yang bersifat *private*. Hal ini tidak terjadi dan dinikmati di masa penguasa Orde Lama dan Orde Baru di mana penyebaran informasi sangat dibatasi dan diatur oleh penguasa.

Media Baru membuka peluang interaksi yang lebih intens antara pengirim dan penerima informasi. Mereka dapat berkomunikasi secara lebih terbuka jika dibandingkan dengan Media Lama. Selain itu, kelebihan lain dari Media Baru adalah dapat menjadikan semua orang sebagai jurnalis, atau biasa disebut *citizen journalism* (*participatory journalism*). Jurnalisme kewargaan mengandaikan suatu jalinan komunikasi bahwa siapapun bisa menjadi sumber informasi sekaligus sebagai *user* bagi khalayak sepanjang tidak bertentangan dengan kode etik jurnalistik.<sup>116</sup>

Dampak Media Baru tidak hanya terjadi di Indonesia, melainkan di belahan bumi yang lain, termasuk di Timur Tengah. Di negeri para Nabi ini Media Baru berperan dalam menyebarkan pengaruh perlawanan sipil dan melakukan protes kepada rezim yang berkuasa. Akibatnya terjadilah *Arab Spring* sekitar tahun 2010 yang menumbangkan banyak rezim yang berkuasa. Beberapa negara di antaranya; Tunisia, Mesir, Yaman, Suriah, dll.

Karakter Media Baru yang independen dan demokratis ia memberi ruang seluas-luasnya bagi warga masyarakat dan setiap orang untuk menawarkan ide, pendapat, fatwa kepada orang lain tanpa batas. Para pengguna dapat mengakses dan mengkonsumsi informasi berupa hasil ijtihad, fatwa ulama, ideologi politik-keagamaan, dan lain sebagainya sesuai kebutuhan dan kepentingan masing-masing. Dalam situasi inilah pemilik otoritas dan lembaga-lembaga

115 John Naisbitt, *Mind Set*, (terj. Syamsul Wardi), (Jakarta: Daras Book, 2009), 156.

116 Nurudin, *Citizen Journalism Sebagai Katarsis Baru Masyarakat* (Malang: Penerbit: Buku Litera, DP2M DIKTI, DP2M UMM, 2010), 10.

keagamaan perlu mendapat pengertian baru.<sup>117</sup> Dunia masuk ke dalam era otoritas keagamaan yang baru.

Platform YouTube dan media sosial menjadi “wasilah” utama dalam penyebaran informasi keagamaan. Informasi yang dimaksud di sini dalam arti yang luas, yaitu; informasi acara kajian, bakti sosial dan berbagai jadwal acara, maupun isi ceramahnya itu sendiri. Para penceramah memiliki akun sosmed dan kanal YouTube dengan jutaan pengikut. Dari segi penyebaran informasi tentu hal ini sangat menguntungkan.

Banyaknya pengikut di media sosial tentu menjadi modal dasar dalam penyebaran informasi, termasuk di dalamnya materi kajian keislaman. Sebagai target utama, generasi milenial merupakan generasi yang melek dan menggantungkan informasi dari platform digital. Hampir semua dari mereka pengguna aktif media sosial. Maka dari itu penggunaan media digital untuk media dakwah menjadi strategi yang tepat.

Generasi Milenial Muslim merupakan segmentasi sendiri dalam pengelompokan dakwah. Generasi ini memiliki cara unik dalam menerima pesan-pesan agama, pun juga ikut menyebarkannya. Pesan-pesan agama yang diterima generasi ini sedikit berbeda dengan generasi sebelumnya. Karakteristiknya, mereka menginginkan penafsiran agama dengan penafsiran baru, oleh orang baru, dan dengan media baru tanpa meninggalkan inti ajaran agama yang benar.

Generasi ini ingin menerima Islam yang lebih sesuai dengan modernitas. Mereka ingin membuktikan bahwa tren gaya hidup anak muda tetap bisa dijalankan seiring dengan menjalankan perintah agama yang benar. Maka dari itu generasi ini tampil dengan gaya hidup yang lebih trendi. Hal ini dapat dilihat dari fesyen-fesyen mereka yang lebih santai; memakai kaos oblong dengan bertuliskan pesan-pesan agama, sepatu, topi, hoodie, dll.

Generasi Milenial Muslim memiliki corak otoritas keagamaan sendiri. Bagi kaum muslim, masalah otoritas keagamaan tidaklah sederhana, baik dalam definisi terminologis maupun implementasinya, dalam pengalaman kehidupan beragama. Indonesia merupakan negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia. Di saat itu pula termasuk negara yang sulit menjawab siapa pemilik otoritas keagamaan yang sebenarnya. Terlebih, dalam masyarakat berbasis Media Baru, di mana masyarakat kian terpecah baik secara sosial maupun intelektual seperti sekarang ini, nyaris tidak dapat menentukan siapa pemilik

<sup>117</sup> Jeffery Hadden dan Douglas Cowan, eds., *Religion on theInternet: Research Prospects andPromises, Religion and the Social Order*, volume 8 (New York: JAI Press, 2001), 43-44.

otoritas keagamaan dan apa batas-batasnya.<sup>118</sup> Keberagaman di Indonesia sedikit banyak menjadi tantangan akan otoritas keagamaan ini.

Otoritas keagamaan Islam adalah hak untuk melaksanakan dan memerintahkan aturan yang dianggap sesuai dengan kehendak Allah. Dalam Islam, gagasan tentang otoritas tentu sangat problematik karena adanya anggapan bahwa pemilik otoritas tunggal adalah Allah yang termaktub dalam Kitab Suci Al-Qur'an. Maka dari itu, seharusnya dengan logika ini tidak ada pemegang otoritas keagamaan kecuali Tuhan itu sendiri.

Definisi pemegang otoritas keagamaan kemudian bergeser ke arah yang lebih kompromis. Pemegang otoritas keagamaan Islam adalah mereka yang memiliki kemampuan mengajak dan mengarahkan bertindak sesuai dengan pesan-pesan Islam dalam Al-Qur'an. Batasan definisi ini yang masuk di dalamnya yakni para ulama, baik ulama yang tergabung dalam sebuah organisasi yang diakui pengikutnya, maupun ulama yang legitimasinya didapat dari pemerintah.

Secara tradisional, otoritas dalam Islam ada di tangan ulama atau kiai atau ustadz. Merekalah memiliki wewenang yang sah dan memberi interpretasi Kitab Suci guna menyelesaikan persoalan umat dengan fatwa-fatwa yang dikeluarkan. Fatwa itu kemudian menjadi rujukan bagi perilaku umat. Ulama yang mengajarkan dasar-dasar Islam dan menanamkan nilai-nilai keislaman kepada umat.<sup>119</sup> Para tokoh ini yang menyebarkan ajaran agama dan mereka orang-orang yang memiliki pengaruh.

Otoritas keagamaan Islam kemudian diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu esoterik dan eksoterik. Otoritas esoterik dalam Islam adalah para guru sufi, mursyid, dan imam. Merekalah yang berwenang mengajarkan dan meneruskan tradisi keagamaan kepada para murid yang bersambung sampai kepada Nabi Muhammad. Para murid wajib mengikuti jalan atau suluk yang telah dibakukan, untuk selanjutnya berhak mengajarkan kepada generasi berikutnya. Otoritas esoterik dalam Islam adalah orang yang memperoleh pengesahan sebagai pemilik otoritas adalah para fukaha, mufti, hakim dan ulama yang mendiami daerah tertentu. Mereka menjadi panutan bagi kaum muslim dalam menjalankan syariah dan ibadah sehari-hari serta menjawab persoalan-persoalan sosial-budaya yang dihadapi kaum muslim, melalui fatwa-fatwa atau pendapat-pendapatnya.

118 Mutoharun Jinan, *New Media dan Pergeseran Otoritas, Keagamaan Islam di Indonesia (Jurnal Lektur Keagamaan, Vol. 10, No. 1, 2012: 181 – 208)*, 189.

119 Azyumardi Azra, *Konteks Berteologi di Indonesia: Pengalaman Islam* (Jakarta: Paramadina, 1999), 155-180.



Otoritas keagamaan Islam di luar yang terbagi tadi yaitu para khalifah atau penguasa negara. Selain sebagai penguasa politik, mereka juga sebagai pemegang otoritas agama. Dalam banyak kasus mereka diyakini sebagai “banyangan” Tuhan yang menentukan jalan hidup rakyatnya. Sultan atau raja memanjangkan kekuasaan atau otoritas keagamaan dengan mengangkat para hakim kerajaan.<sup>120</sup> Dengan demikian khalifah sebagai sumber kekuasaan politik dan keagamaan.

Dalam tradisi Suni pada masa klasik dan pertengahan, otoritas agama setidaknya terpecah ke dalam dua sumbu: otoritas ulama, yang terpecah ke dalam berbagai mazhab dan aliran, dan otoritas politik, yang tidak jarang menggunakan kekuasaan politik untuk menguasai dan mengarahkan otoritas keagamaan untuk kepentingan politiknya sendiri. Khusus di Indonesia, otoritas keagamaan sangat kompleks dan bervariasi dibanding di negara-negara muslim lain yang menggabungkan antara otoritas negara dan agama.<sup>121</sup> Indonesia merupakan salah satu negara yang kompleks dalam semua bidang, termasuk dalam hal otoritas keagamaan.

Otoritas keagamaan di Indonesia semakin kompleks dan cair dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir. Dua puluh tahun terakhir terjadi peningkatan pendidikan Islam dan banyak lulusan perguruan tinggi yang *by training* ahli tentang Islam. Pada saat yang sama juga terkait dengan peningkatan kelas menengah Muslim yang mencari otoritas agama yang sesuai dengan latar belakang pendidikan dan lingkungan sosio-ekonomis. Tidak kurang pentingnya adalah adopsi liberalisasi politik dan ekspansi globalisasi yang sedikit banyak membuat memudarnya otoritas agama tradisional.<sup>122</sup> Maka dari itu, dua puluh tahun terakhir terjadi pergeseran otoritas keagamaan dari otoritas tunggal ke arah otoritas majemuk.

Lembaga-lembaga keagamaan di Indonesia mengambil alih otoritas keagamaan dengan beragam kecenderungan ideologisnya, yakni radikal, moderat, dan liberal. Lembaga keagamaan keagamaan memiliki daya pikat dan kekuatan pengaruh yang kuat dalam hal pesan keagamaan. Sejauh menyangkut otoritas dalam bidang fikih, misalnya, organisasi-organisasi ini memiliki lembaga fatwanya masing-masing yang tidak saling mengikat satu sama lain, bahkan

---

120 Gaborieau, Marc. “Redefining Religious Authority in South Asian Muslims”, dalam Azra, Azyumardi, Kees van Dijk, dan Nico JG Kaptein, *Varieties of Religious Authority: Changes and Challenges in 20th Century Indonesian Islam*, (Singapore: ISEAS, 2010) 2-3.

121 Mutohharun Jinan, *New Media dan Pergeseran Otoritas, Keagamaan Islam di Indonesia (Jurnal Lektur Keagamaan, Vol. 10, No. 1, 2012: 181 – 208)*, 193.

122 Azyumardi Azra, “Ragam Otoritas Islam”, *Republika*, 11 Januari 2011.

tidak jarang terjadi perbedaan yang cukup jauh dalam masalah keagamaan yang bersifat ijtihadiyah. Sejak awal kemerdekaan, Indonesia adalah negara yang potensial bagi merebaknya otoritas keagamaan tanpa harus berafiliasi pada otoritas negara.<sup>123</sup> Hal ini memberi angin segar kepada umat yang ingin mencari kecenderungan pemahaman yang lebih beragam.

Gejala baru datang pasca otoritas keagamaan dipegang oleh lembaga-lembaga keislaman. Saat ini kecenderungan otoritas keagamaan Generasi Milenial Muslim diambil alih oleh para pendakwah personal yang umumnya tidak berafiliasi resmi dengan kelompok keagamaan tertentu. Para dai ini menggunakan *platform* digital sebagai media penyebaran dakwahnya. Sosial media menjadi jalur alternatif unggulan untuk menyampaikan ceramah dan menyebarkan pengaruh. Fenomena ini belum pernah terjadi di beberapa dekade yang lalu.

Para dai mengambil segmen anak muda secara khusus, dan beberapa juga yang segmentasinya umum tetapi menjadi rujukan kalangan milenial. Para dai tersebut memiliki kecenderungan ideologis keagamaan yang fundamental dan moderat. Baik dari kalangan Tarbawi, Jihadi, maupun Tahriri. Semua dai mempunyai kecenderungan ideologis pengikutnya masing-masing juga.

Selain para dai, terdapat sekelompok selebritis turut meramalkan jagat otoritas agama milenial ini. Mereka membuat kelompok Hijrah diberi nama Musawarah. Kelompok publik figur ini menyebarkan pengaruhnya dengan postingan Instagram dan vlog-vlog keseharian mereka. Selain itu, Musawarah kerap kali mengadakan kajian untuk anak muda dengan menghadirkan pembicara-pembicara dari kalangan anak muda pula.

Para artis yang tergabung dalam Musawarah umumnya memiliki konten-konten pribadi, baik vlog YouTube maupun Instagram. Jenis konten yang diunggah cukup beragam, mulai dari konten keluarga maupun konten-konten semacam wawancara dengan berbagai narasumber yang umunya juga dari kalangan artis. Isi konten umumnya tentang perjalanan mereka menemukan Islam. Awal mula Hijrah hingga tantangan pasca-hijrah. Tak sedikit dari mereka yang mulai dijauhi orang-orang terdekatnya, dan juga kerjaan yang mulai menurun.

Para dai yang ceramahnya dikonsumsi para Generasi Milenial Muslim bercorak ideologis dan latar belakang keilmuwan Islam yang beragam. Beberapa di antaranya dai lulusan Universitas Timur Tengah dengan berbagai strata,

---

123 Azyumardi Azra, "Pemencaran Otoritas Keagamaan", *Republika*, Kamis, 5 Juli 2005.

maupun para dai lulusan dalam negeri, bahkan ada pula lulusan dalam negeri jurusan non agama.

Beberapa dari lulusan Universitas di Timur Tengah antara lain; Hanan Attaki, Adi Hidayat, Abdul Somad, Khalid Basalamah, Firanda Andirja, dan Syafiq Riza Basalamah. Para dai lulusan Universitas dalam negeri antara lain: Felix Siauw, Salim A. Fillah, dan Oemar Mita. Para dai ini memiliki kecenderungan ideologis masing masing, dan memiliki pengikut tersendiri. Berikut beberapa dai dari berbagai kecenderungan ideologis yang sering menjadi rujukan keilmuan Generasi Milenial Muslim.

### Akun Personal

Nama	Followers Instagram	Subscribers YouTube
Hanan Attaki	9,3 juta	2,37 juta
Adi Hidayat	3,8 juta	3,15 juta
Abdul Somad	6,6 juta	3,03 juta
Khalid Basalamah	2,9 juta	2,39 juta
Felix Siauw	5,1 juta	1,29 juta
Syafiq Riza Basalamah	1,8 juta	1,24 juta
Firanda Andirja	767 ribu	609 ribu
Oemar Mita	1,2 juta	510 ribu
Salim A Fillah	1,2 juta	43,5 ribu

*Tabel 1 Data Akun Personal*

### Akun Komunitas

Nama	Followers Instagram	Subscribers YouTube
Yufid TV	1,1 juta	3,61 juta follower
Musawarah	907 ribu	317 ribu
Rumaysho	917 ribu	292 ribu
Shift Media	1,9 juta	556 ribu

*Tabel 2 Data Akun Komunitas*

\* Data diambil Oktober 2022

Banyak penceramah yang mengambil “celah keberuntungan” lewat media digital. Gayung bersambut ketika mayoritas anak muda aktif mengakses YouTube dan Instagram. Dua platform ini yang paling sering diakses Generasi Milenial Muslim. Kemudian seiring berjalannya waktu mulai muncul gerakan pemuda hijrah. Gerakan ini tercatat pertama kali muncul tahun 2015 di Bandung yang kemudian dinamakan “Shift” yang diasuh oleh Ustadz Hanan Attaki.

Komunitas Shift menjadi pioner dalam gerakan pemuda hijrah. Ustadz Hanan Attaki sebagai pendiri komunitas ini menjadi ikon pemuda hijrah. Dakwah yang trendi dan nyentrik menjadi nilai plus bagi kalangan muda, dan ini menjadi senjata andalan untuk menggaet jamaah milenial. Komunitas ini ingin menampilkan bahwa Islam sebagai agama tak menghalangi generasi muda tetap gaul dan keren.

Kalangan jamaah Islam sebelumnya selalu terlihat pakaian necis ala santri bagi jamaahnya. Baju koko, peci, dan terkadang sarung menjadi pakaian lumrah. Akan tetapi hal ini tak berlaku bagi komunitas pemuda hijrah. Outfit trendi akan kita lihat pertama jika melihat mereka. Topi, kupluk, hoodie, bahkan kaos akan mudah ditemui ketika berjumpa dengan komunitas ini. Bahkan mereka punya *merchandise* sendiri. Hal ini yang menjadi pembeda dari komunitas keislaman yang lain.

Ustadz Hanan Attaki mempunyai jumlah pengikut Instagram terbanyak yaitu 9,3 juta dan subscriber YouTube 2,37 juta. Dengan banyaknya pengikut ini memiliki dampak signifikan terhadap penyebaran pengaruh keagamaan di kalangan Generasi Milenial Muslim. Terbukti setelah itu muncul kelompok-kelompok hijrah di kota-kota lain, bahkan di kota-kota kecil.

Selain Ustadz Hanan Attaki yang menjadi garda depan komunitas pemuda hijrah, terdapat beberapa nama tokoh yang berpengaruh dan digandrungi generasi milenial. Beberapa di antaranya: Ustadz Abdul Somad, Ustadz Adi Hidayat, dan Ustadz Salim A Fillah. Dari kelompok salafi beberapa di antaranya: Ustadz Firanda Andirja, Ustadz Syafiq Riza Basalamah, dan Ustadz Khalid Basalamah.

Ustadz Abdul Somad tidak hanya generasi milenial saja, akan tetapi juga punya pengikut masyarakat umum. Ustadz Abdul Somad atau biasa disingkat UAS merupakan dai lulusan Universitas Timur Tengah. Dengan latar belakang Nahdliyin UAS bisa diterima di berbagai kelompok. Kedekatan UAS dengan

Nahdliyin dibuktikan dengan disertasinya yang membahas tentang kontribusi K.H Hasyim Asy'ari dalam penyebaran hadis di Indonesia yang dibedah di Pesantren Tebu Ireng Jombang yang merupakan tempat kelahiran Nahdlatul Ulama. Selain itu UAS juga pernah menjabat sebagai pengurus NU Aceh.

Gaya sederhana dan sedikit humoris ini mungkin yang menjadi daya pikat tersendiri bagi pengikutnya. Di Instagram UAS tercatat memiliki 6,6 juta pengikut, dan di YouTube memiliki 3,03 juta subscriber. Jumlah pengikut yang termasuk banyak di antara para dai di Indonesia secara umum. Tidak hanya generasi milenial, UAS juga memiliki banyak pengikut di kalangan generasi X bahkan generasi *Babby Boomers*.

Selanjutnya adalah Ustadz Adi Hidayat, atau biasa disingkat UAH. Ustadz yang dikenal karena memiliki daya ingat yang kuat ini merupakan lulusan Timur Tengah, tepatnya di Libya. UAH memiliki 3,15 juta subscriber YouTube dan 3,8 juta follower Instagram. UAH kerap kali menjadi pembicara dalam kajian-kajian para pemuda hijrah, pun juga dengan kajian yang diadakan kelompok Musawah.

Dai dari kelompok Tarbiyah yang kerap diikuti kajiannya oleh generasi ini yaitu Ustadz Salim A. Fillah. Dai asal Yogyakarta ini cukup produktif dalam menulis buku. Ia merupakan seorang penulis Tarbiyah prolifk yang menerbitkan tulisan tulisannya melalui kanal Pro U Media. Di samping sebagai penulis, Fillah juga dikenal sebagai ustadz yang secara rutin berkeliling mengisi ceramah di masjid-masjid dan kegiatan-kegiatan Tarbiyah. Bahasanya kalem dan memikat serta mengaitkan isi ceramahnya ke buku-buku yang dia tulis.

Beberapa tahun terakhir, Fillah secara rutin diundang mengisi pengajian Muslim Indonesia di berbagai negara seperti Inggris, Australia, dan Belanda. Salim A. Fillah bukanlah pendatang baru di jagat dakwah Tarbiyah. Dia sudah aktif di kegiatan-kegiatan keagamaan, khususnya Kerohanian Islam (Rohis) sejak masih di bangku SMA. Jebolan SMAN 1 Yogyakarta ini konon disebut sebagai pelopor kegiatan Rohis di SMAN 1 Yogyakarta yang kuat dengan iklim dan atmosfer keislaman. Selain itu, ia juga dikenal sebagai mentor di kegiatan-kegiatan keislaman Tarbiyah di kampus UGM dan beberapa sekolah menengah atas di Yogyakarta. Semua karya Salim A. Fillah diterbitkan oleh Pro U Media, sebuah penerbit yang berdiri di tahun 2000 dan secara intensif menerbitkan buku-buku yang mengusung ide-ide Tarbiyah. Pro U Media dipelopori oleh aktivis masjid Jogokariyan, sebuah masjid yang sangat fenomenal di Yogyakarta

karena geliat aktivismenya dan aktif dalam merespon politik tanah air. Masjid Jogokariyan merupakan salah satu pusat kegiatan keislaman di Yogyakarta.

Buku-buku yang ditulis Salim A. Fillah umumnya menyoroti dunia dakwah dan remaja serta nilai-nilai Tarbawi seperti tampak pada karyanya *Saksikan bahwa Aku Seorang Muslim* (2007), *Dalam Dekapan Ukhuwah* (2010), *Jalan Cinta Para Pejuang* (2008) dan *Nikmatnya Pacaran Setelah Pernikahan*. Buku pertama yang diterbitkan Pro U Media adalah karya Salim A Fillah yang berjudul *Nikmatnya Pacaran Setelah Pernikahan* (2003)<sup>14</sup> yang menurut Pro U Media langsung *best seller* di pasar buku dan mengalami sekian kali cetak ulang. Buku *Nikmatnya Pacaran Setelah Pernikahan* yang kontennya bernuansa *self-help* ini mengeksplorasi tantangan dan risiko-risiko yang akan dihadapi remaja jika tidak bisa mengontrol dirinya saat tertarik dengan lawan jenis.

Merujuk pada Al-Qur'an, hadis, nasyid-nasyid populer dan pendapat-pendapat tokoh dan ulama seperti Sayyid Quthb, Ath Thahawi dan juga aktivis senior Tarbiyah seperti Anis Matta dan Cahyadi Takariawan, Fillah mengarahkan para pembaca mudanya untuk menghindari pacaran dan menikmati kemesraan setelah resmi menikah agar terhindar dari zina. Selain buku tersebut, Fillah juga menulis sebuah buku berjudul *Baarakallahu Laka: Bahagiannya Merayakan Cinta* (2011) yang berisi wejangan sebelum melangkah ke pelaminan.<sup>124</sup>

Selanjutnya, dai dengan kecenderungan ideologi Tahriri salah satunya adalah Ustadz Felix Y. Siaw. Ia adalah dai mualaf yang konsen pada ide-ide pembebasan (khalifah). Beberapa buku yang ditulis bergenre Tahriri dan motivasi keislaman. Felix Y. Siaw merupakan seorang inspirator, penulis, dan ustadz populer yang sangat aktif di media sosial. Buku *Beyond the Inspiration* adalah tulisan populer yang mendedahkan wacana 'kebangkitan Islam' melalui bahasa pengembangan diri (*self-help, personal development*). Di buku ini, Felix Siaw menekankan pentingnya syariat Islam dan penerapan hukum Allah di dalam sistem politik dan pemerintahan. Buku yang dirancang dalam judul berbahasa Inggris dengan daftar isi yang menarik seperti 'Life is choice', 'Get the Guidance Easier', 'The Way to Belief', 'The True Shahadah', 'As Allah Assign', 'Beyond the Inspiration', dan 'Living the Afterlife' tampak berupaya meyakinkan pembaca Muslim muda terdidik untuk memahami arti hidup sebagai Muslim dan konsekuensi yang harus dilaksanakan sebagai seorang Muslim, yaitu taat kepada Allah dengan menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

---

124 Noorhaidi Hasan, *Literatur Keislaman Generasi Milenial*, (Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018), 165-167.

Tema sentral dari buku *Beyond the Inspiration* terletak di bab ketujuh dengan judul yang sama ‘*Beyond the Inspiration*’. Di bagian ini, Felix menyoroti figur-figur inspiratif di dalam sejarah Islam seperti Salman Al-Farisi dengan ide cemerlangnya mengenai *khandaq* (parit), Sa’ad bin Abi Waqash yang berhasil menaklukkan Persia, dan Muhammad Al-Fatih, sang penakluk Konstantinopel. Narasi mengenai Muhammad Al-Fatih tampak mendominasi isi bab ini. Menurut Felix Siauw, Muhammad Al-Fatih merupakan perwujudan dari hadis Nabi Muhammad yang mengatakan bahwa Islam akan menaklukkan peradaban Romawi di masa yang akan datang.

Felix Siauw merepresentasikan Muhammad Al-Fatih sebagai anak muda yang memiliki komitmen tinggi terhadap cita-cita yang ingin dicapai, cerdas, percaya diri, dan memahami perkembangan politik global kala itu. Untuk membangun narasi yang kuat mengenai Al-Fatih, Felix Siauw mengonstruksi sosok Al-Fatih muda yang tanpa lelah berusaha mewujudkan impiannya menaklukkan Konstantinopel yang digdaya. Menurutnya, keyakinan dan keimanan yang dipadu dengan analisis jitu akan melahirkan strategi perang yang *extraordinary*.

Pasukan Al-Fatih secara luar biasa mengangkut kapal-kapal perang mereka melalui daerah pegunungan untuk bisa menembus benteng pertahanan Konstantinopel. Felix Siauw menggarisbawahi bahwa keyakinan dan keimanan terhadap hadis Nabi Muhammad tentang penaklukan Konstantinopel merupakan pelecut semangat Muhammad Al-Fatih dan pasukannya untuk mengalahkan Konstantinopel. Keyakinan inilah yang Felix Siauw sebut sebagai ‘*beyond the Inspiration*’.

Sosok Al-Fatih menjadi pintu masuk Felix Siauw untuk menghadirkan tipe ideal anak muda Muslim dan menebarkan ide-ide Tahriri ke kalangan muda. Gambaran Muhammad Al-Fatih sebagai anak muda yang saleh, cerdas, mempunyai cita-cita yang mulia serta heroik tampak baru dalam wacana Islamisme di Indonesia kontemporer.<sup>125</sup>

Para dai yang lain juga merepresentasikan kecenderungan ideologinya. Sebut saja Ustadz Khalid Basalamah, Ustadz Syafiq Riza Basalamah, Ustadz Firanda Andirja, dan Ustadz Oemar Mita memiliki kecenderungan ideologi Salafi. Ideologi salafi juga diterima di kalangan Generasi Milenial Muslim saat ini.

---

<sup>125</sup> Noorhaidi Hasan, *Literatur Keislaman Generasi Milenial*, (Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018), 146-147.

Terbukti dengan banyaknya pengikut di media sosial. Pun juga dengan kajian-kajiannya di kanal YouTube mereka.

Mencermati fenomena generasi milenial ini, secara umum para dai memiliki jumlah pengikut Instagram dan subscriber YouTube relatif banyak. Paling sedikit di angka ratusan ribu, hingga terbanyak 9,2 juta menunjukkan pengaruh yang besar dari tokoh-tokoh ini. Para penceramah menawarkan “varian” pemahaman agama kepada pendengarnya. Para pendengar tinggal mengikuti yang sesuai dengan pemahaman dan kecenderungan ideologisnya.

Beberapa di antara yang menjadikan menarik yaitu materi ceramah yang dinilai lebih *relate* bagi generasi milenial. Kehidupan sehari-hari, akhlak, bahkan jodoh menjadi bab menarik ketika disampaikan oleh para penceramah ini. Berbeda dengan penceramah biasa yang cenderung dianggap “dogmatis”. Walaupun beberapa di antaranya penceramah ini kadang masih seperti itu.

Dari para penceramah inilah kemudian banyak bermunculan generasi hijrah. Gerakan hijrah semakin “merebak” ketika dimotori para selebritis. Di kota-kota kecil juga bermunculan gerakan pemuda hijrah. Bahkan di antaranya menampung para manta preman lokal. Ketika di lokasi kajian masih tersisa bekas-bekas tandanya; tato, lubang anting, bekas luka senjata tajam, dll.

## Penutup

Mencermati realita sosial dalam setiap zaman selalu menarik. Sebuah generasi selalu erkaitan dengan media yang berkembang pada zamannya. Generasi Milenial Muslim saat ini mempunyai fenomena menarik. Media yang berkembang hari ini yaitu media digital dan penggunaannya mayoritas generasi milenial, tak terkecuali Generasi Milenial Muslim. Media baru menjadi media pilihan karena ia bersifat *real time*, dan independen. Tidak seperti media konvensional yang cenderung agak lambat dan sedikit punya kepentingan.

Penyebaran pengaruh agama yang dilakukan para dai selalu mengikuti media yang berkembang. Para dai saat ini menghadapi sasaran dakwah mayoritas generasi milenial yang aktif dengan dunia digital. Maka dari itu mau tidak mau mereka harus menyesuaikan media ini. YouTube dan Instagram merupakan dua *platform mainstream* yang digandrungi generasi milenial, maka para dai juga harus menggunakan dua *platform* ini sebagai media dakwah.



Generasi Milenial Muslim selalu mencari jati diri dan mengikuti perkembangan zaman. Segala yang mereka konsumsi tentu apa saja yang dinilai sesuai kemajuan zaman. Islam yang diidentikkan dengan sifat kolot, jumud, dan membosankan akan ditinggalkan para pengikut milenial ini. Mereka menginginkan Islam yang lebih humanis, intelek, dan trendi dalam kesesuaian zaman.

Tantangan keberlangsungan ceramah generasi milenial yakni seberapa besar dan inovasi yang selalu *relate* dengan para pendengarnya (generasi milenial). Generasi milenial di mana mereka punya banyak informasi dan jangkauan pengalamannya yang luas. Apa yang terjadi di belahan bumi sana dengan cepat mereka akan tahu dan meresponnya. Para penceramah tentu harus mengikuti cepatnya mobilitas informasi ini kalau tidak mereka yang malah akan ketinggalan.

## Daftar Pustaka

- Azra, Azyumardi, *Konteks Berteologi di Indonesia: Pengalaman Islam*, Jakarta: Paramadina. 1999.
- Dale F. Eickelman dan John W. Anderson, *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press. 2003.
- Daniel, B.K. *Handbook of Research on Methods and Techniques for Studying Virtual Communities: Paradigms and Phenomena*. New York: Information Science Reference. 2011.
- Gaborieau, Marc. "Redefining Religious Authority in South Asian Muslims", dalam Azra, Azyumardi, Kees van Dijk, dan Nico JG Kaptein, *Varieties of Religious Authority: Changes and Challenges in 20th Century Indonesian Islam*. Singapore: ISEAS. 2010.
- Hasan, Noorhaidi. *Literatur Keislaman Generasi Milenial*, Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018.
- Hine, C. *Ethnography for Internet. Embedded, Embodied, and Every day*. (1 st). New York: Bloomsbury Academic. 2015.
- Irwansyah. *Teknologi Komunikasi Sebagai Eksistensi Kekeperabatan: Studi Analisa Jaringan Sosial Kekeperabatan Berbasis Teknologi Komunikasi Telepon Seluler (Jakarta: Universitas Indonesia)*. 2010.
- Jeffery Hadden dan Douglas Cowan, eds., *Religion on theInternet: Research Prospects andPromises, Religion and the Social Order*, volume 8, New York: JAI Press, 2001.
- John Naisbitt, *Mind Set*, (terj. Syamsul Wardi), (Jakarta: Daras Book), 2009.
- LevManovich, "New Media from Borges to HTML." dalam Noah Wardrip-Fruin dan Nick Montfort(eds.), *The New Media Reader*. Cambridge& Massachusett. 2003.
- Mutohharun Jinan, *New Media dan Pergeseran Otoritas, Keagamaan Islam di Indonesia Jurnal Lektur Keagamaan, Vol. 10, No. 1, 2012: 181 – 208*.