



**PERILAKU KEAGAMAAN MASYARAKAT MUSLIMAH
PERKOTAAN DI ERA MEDIA BARU**

Qurrota A'yuni¹

¹SPS UIN Jakarta ; Email: qurrotaayuni18@mhs.uinjkt.ac.id

Abstract

Keywords:

behavior,
Musawarah,
Hijrah squad,
Instagram,
narratives
containing

Religious behavior is a reaction in the form of action on religious values that are internalized from a group. The Hijrah squad who joined in the Musawarah study is a form of religious behavior change that occurs in urban Muslim women. They show their identity through Instagram postings in the form of Islamic Muslim clothing, narratives containing religion, etc. This change will continue to occur in line with repetition that continues to be carried out in order to strengthen religious understanding both in the form of religious symbols or narratives.

Abstrak

Kata Kunci:

(perilaku,
musawarah,
hijrah squad,
Instagram,
narasi.)

Perilaku keagamaan adalah reaksi berupa tindakan atas sebuah nilai-nilai keagamaan yang diinternalisasi dari sebuah kelompok. Hijrah squad yang tergabung dalam kajian Musawarah merupakan salah satu bentuk perubahan perilaku keagamaan yang terjadi pada muslimah perkotaan. Mereka menunjukkan identitasnya melalui postingan intagram baik berupa pakaian muslimah yang syar'i, narasi-narasi yang mengandung keagamaan, dll. Perubahan ini akan terus terjadi seiring dengan repetisi yang terus dilakukan dalam rangka menguatkan pemahaman keagamaan baik dalam bentuk simbol ataupun narasi keagamaan.

PENDAHULUAN

Dewasa ini, media tidak hanya menjadi entitas yang menghasilkan produk budaya, ekonomi politik, tetapi juga ideologi dan agama. Internet sebagai simbol lahirnya media baru yang dihasilkan melalui teknologi telah membawa nilai-nilai agama baru. Massifikasi internet dalam mentransmisikan pesan memudahkan semua orang mengakses pesan-pesan agama melalui internet. Jika dahulu orang yang belajar agama harus *mondok*, sekolah madrasah, atau berguru kepada ulama', maka sekarang bisa didapat melalui pencarian di internet. Lebih jauh lagi, internet telah menciptakan ruang virtual Islam dan praktek keagamaan baru bagi muslim (Fakhrurroji, 2017).

Pola-pola perubahan demikian ini menjadikan media sebagai faktor signifikan yang menjadi penyebab perubahan sosial. Ada banyak alasan yang bisa diungkapkan untuk hal ini. Pertama, bahwa media menyajikan pesan-pesan agama instan yang telah termediasi. Kedua, pesan-pesan agama di media merupakan bagian dari konstruksi wacana kelompok agama tertentu. Ketiga, budaya literasi media yang minim di masyarakat Indonesia menyebabkan masyarakat dengan mudah menerima setiap pesan. Di antara perubahan sosial yang dapat diamati adalah perilaku keagamaan masyarakat muslim perkotaan yang menyukai simbol-simbol agama seperti konsep hijrah, pakaian syar'i, mengikuti kajian keagamaan, dan menghiasi sosial media dengan Al-Quran, hadist, dan nasihat agama.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Definisi Agama dan Perilaku

Menurut Rangkuti, agama secara etimologi berasal dari bahasa Sansekerta a-gama (a dan gama). A berarti cara, sedangkan gama berarti berjalan atau pergi. (Jamaludin, 2015) Artinya agama merupakan jalan yang sampai untuk menuju Tuhan. Agama dalam lingkup teologi diartikan sebagai aturan yang mengikat. Term *al-dīn* berasal dari akar kata *dana*, *yadinu*, *dainan*, yang berarti tanggungan, hutang, keharusan penegakan peraturan. Ad-dīn bermakna hutang yang harus dibayar dan dipertanggung jawabkan, atau peraturan yang harus dilaksanakan.

Dalam Al-Quran, *ad-dīn* dapat dimaknai sebagai *al-sulthan wa al-hukm*, yang berarti kekuasaan. Dapat pula bermakna *at-To'ah*, ketaatan. Ad-dīn juga bermakna *al-jaza'*, pembalasan. Al-dīn dapat pula diartikan sebagai *al-'adah*, kebiasaan, atau bermakna *al-hisab*, perhitungan, dan dapat pula bermakna *al-millah* yang berarti jalan atau sistem. Namun dari semua definisi *al-dīn* tersebut, semua kembali kepada sebuah term agama sebagai entitas pokok. Term religion, juga memiliki kemiripan makna dengan 'agama' dan al-dīn. Religious (Inggris) berarti kesalehan, ketakwaan, atau sesuatu yang sangat mendalam. Religion juga

berarti keyakinan kepada Tuhan atau kekuatan supramanusia untuk disembah sebagai pencipta dan penguasa alam semesta; dan dapat pula berarti sistem kepercayaan dan peribadatan tertentu

Adapun secara terminologi agama merupakan aturan atau tatacara hidup manusia yang berisikan keyakinan, ritual, moral, dan norma sosial yang dipercayai bersumber dari Yang Maha Kuasa dan Maha Suci untuk kebahagiaan dunia dan akhirat. Oleh sebab itu, agama dalam pandangan teologis adalah sesuatu yang datang dari Tuhan melalui wahyu-wahyunya berupa Al-Quran (dalam Islam) untuk kemudian diimani, dipercaya, dan dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari.

Berbeda dari pandangan teolog, agama dalam pandangan sosiolog merupakan gejala, praktek, atau sikap masyarakat terhadap kepercayaan tertentu. Dalam sosiologi, agama ialah suatu sistem kepercayaan yang disatukan oleh praktik yang berkaitan dengan hal-hal yang suci (Abdul Fatah, 2004). Roberts mengistilahkan agama secara substansif sebagai kepercayaan terhadap makhluk suci (*belief in spiritual beings*).

Emile Durkheim berpendapat bahwa agama adalah sistem kepercayaan dan praktik yang dipersatukan relatif terhadap hal-hal suci, yaitu, hal-hal yang dipisahkan dan dilarangkan keyakinan dan praktik yang menyatukan ke dalam komunitas moral tunggal yang disebut Gereja (Roberts, 2004). Hal ini disebabkan realitas agama dipraktikkan dalam ritual yang memerlukan partisipasi anggota kelompok (realitas sosial). Oleh sebab itu, agama bagi Durkheim memainkan peranan yang fungsional karena agama adalah prinsip solidaritas masyarakat. Hal ini dapat diketahui adanya agama melalui institusi-institusi agama (masjid, gereja,) sebagai wujud dari adanya agama tersebut.

Berbeda halnya dengan Marx yang mengatakan bahwa agama adalah opium masyarakat yang berfungsi sebagai alat untuk melegitimasi kepentingan dunia, dan sebagai cara meredakan penderitaan yang dihasilkan oleh eksploitasi dan penindasan. Dalam definisi ini, Marx menjelaskan bahwa penderitaan agama merupakan ekspresi sekaligus protes terhadap penderitaan yang riil dari kerja dengan menyebutnya sebagai candu manusia (Abdullah, 1997). Agama dalam pandangan Clifford Geertz sesuatu yang bersifat detil yang diaktualisasikan dalam simbol, objek, tingkah laku menjadi realistik (Geertz, 1992). Sedangkan Max Weber bahwa praktek keagamaan merupakan upaya manusia untuk merubah Tuhan yang irasional menjadi rasional.

Perilaku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan (KBBI). Definisi ini senada dengan pendapat dalam sosiologi bahwa perilaku adalah aksi atau tindakan. Kamus antropologi

mendefinisikan perilaku sebagai segala tindakan manusia yang disebabkan baik oleh dorongan organisme, tuntutan lingkungan alam dan keinginan lingkungannya (Suyono, 1985). Bimo Walgito berpendapat aktivitas yang ada pada individu atau organisasi tidak timbul dengan sendirinya, melainkan akibat dari stimulus yang diterima oleh organisasi tersebut baik secara eksternal maupun internal (Walgito, 1994).

Dengan demikian, perilaku merupakan ekspresi dan manifestasi dari gejala-gejala hidup yang bersumber dari kemampuan-kemampuan psikis yang berpusat pada adanya kebutuhan, sehingga segala perilaku manusia diarahkan untuk kebutuhan hidupnya sebagai makhluk individu, makhluk sosial, dan makhluk berketuhanan. Sederhananya, perilaku adalah reaksi individu terhadap suatu kebutuhan yang ditampakkan atau diekspresikan dalam sikap dan ucapan. Adapun perilaku keagamaan dalam kajian ini ialah sebuah usaha yang dilakukan oleh seseorang atau komunitas yang terkait akan penggambaran perasaan baik yang bersifat penampilan wajah, respon tubuh, kata-kata, simbol, dan pengungkapan kesan-kesan yang diterima terkait pengalaman keagamaan dan ritual agama yang mereka jalankan.

Agama, Keagamaan dan Keberagamaan

Secara bahasa, agama bukanlah kata sifat, keadaan, atau kata kerja. Dalam bahasa Indonesia, kata-kata yang mendapat imbuhan ke- dan -an mengandung makna sebagai sifat atau keadaan. Jadi sifat atau keadaan agama seseorang disebut dengan keagamaan.

Agama adalah sistem kepercayaan yang diwujudkan dalam keagamaan melalui perilaku sosial tertentu yang berkaitan dengan pengalaman manusia baik individu maupun kelompok. Oleh karena itu, setiap perilaku yang diperankan akan terkait dengan sistem keyakinan dari ajaran agama yang dianut. Perilaku individu dan sosial digerakkan oleh kekuatan dari dalam yang didasarkan pada nilai-nilai ajaran agama yang dianut. Perilaku individu dan sosial digerakkan oleh kekuatan dari dalam yang didasarkan pada nilai-nilai ajaran agama yang menginternalisasi sebelumnya. Manusia, masyarakat, dan kebudayaan berhubungan secara dialektik. Ketiganya berdampingan dan berhimpit saling menciptakan dan meniadakan.

Sedangkan keberagamaan terbentuk dari kata dasar agama yang dibentuk menjadi beragama, lalu diberi imbuhan ke- dan -an sehingga menjadi keberagamaan.. Keberagamaan berarti keadaan atau sifat orang-orang beragama, yang meliputi keadaan dan sifat atau corak pemahaman, semangat dan tingkat kepatuhannya untuk melaksanakan ajaran agama yang dianutnya, dan keadaan perilaku hidupnya sehari-hari setelah ia menganut suatu agama (Jamaludin, 2015).

Seseorang yang beragama Islam akan memiliki cara beragama yang berbeda dengan kelompok satu dengan kelompok lainnya. Seperti kepercayaan, sikap, dan amalan orang-orang NU sering berbeda dengan Muhammadiyah. Begitu juga dengan aliran Mu'tazilah, Syiah, Sunni, Alussunnah Wal jamaah yang sama-sama Islam, akan tetapi sikap, kepercayaan, dan penerimaannya berbeda satu sama lain. Oleh sebab itu, yang berbeda bukan agamanya, tetapi keberagamaannya, yaitu corak dan kadar pemahaman serta cara dan kualitas pengalamannya. Di sinilah letak perbedaan keberagamaan dan keagamaan.

Perubahan Sosial dan Konstruksi Identitas Sosial

Perubahan sosial atau dalam bahasa Inggris disebut *social changes* adalah segala perubahan pada lembaga kemasyarakatan dalam suatu masyarakat, yang memengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalamnya nilai-nilai sosial, sikap, dan pola tingkah laku antar kelompok masyarakat (Johnson, 1988). Perubahan sosial dapat terjadi karena inovasi, dan adaptasi dari keadaan lingkungan yang berbeda. Bentuk dan besarnya pun berbeda-beda, ada yang dalam skala kecil individu atau kelompok kecil, atau kelompok besar dan massif. Di antara perubahan sosial yang tampak adalah perilaku dan tindakan yang ditunjukkan secara terang-terangan dengan menunjukkan simbol-simbol, dan perubahan narasi.

Perubahan sosial yang paling terlihat sekarang ini adalah perubahan sosial yang bersinggungan dengan agama. Di perkotaan khususnya, orang semakin gencar menunjukkan identitas agamanya melalui simbol-simbol keagamaan seperti jilbab, bercadar, jenggot, celana cingkrang, dll. Identitas ini disertai dengan sikap dan perilaku yang berbeda dari sebelumnya seperti suka menyebut asma Allah, berdzikir, dll. Di Instagram, simbol-simbol dan identitas ini menjadi penguat terjadinya perubahan pada diri seseorang. Postingan yang berhubungan dengan agama seperti Al-Quran, masjid, Ka'bah, Palestina, atau menampilkan melalui narasi-narasi keagamaan seperti Alhamdulillah, Masya Allah, syukur, rahmah, dll juga menjadi bagian dari perilaku seseorang dalam beragama.

George Herbert Mead menjelaskan bahwa konstruksi identitas dapat dilihat dari rangkaian kata yang digunakan suatu kelompok yang menunjukkan relasi (Dillon, 2003). Tidak hanya kata, pakaian keagamaan, kalimat yang sering digunakan juga menunjukkan adanya identitas yang sedang ditunjukkan oleh sebuah organisasi. Identitas ini pada hakikatnya dibentuk oleh sebuah organisasi dan institusi tertentu. Caranya adalah dengan terus menerus menggunakan melalui level teratas dari struktur sebuah organisasi dan akan diikuti oleh seluruh anggotanya. Dengan terus melakukan dan memperkuat gerakan dan

tindakan melalui simbol-simbol tersebut, sebuah organisasi keagamaan akan mengarahkan setiap anggota ke dimensi yang lebih sakral dan kebiasaan (T. Ammerman, 2003).

Internet sebagai Era Media Baru (Cyberspace)

Cyberspace merupakan gabungan dari kata dalam bahasa Inggris *cyber* dan *space*. Dalam Dictionary of Media Studies, *cyberspace* diartikan sebagai *national spacewhere internet activity take places, by analogy to real, physical space* (ruang nasional tempat aktivitas internet berlangsung, dengan analogi dengan ruang fisik yang nyata). Istilah *cyberspace* pertama kali dimunculkan oleh William Gibson pada 1984 dalam novelnya *Neuromancer* yang didapatkan dari fenomena keyakinan anak-anak setelah bermain video games (Nasrullah, 2016). *Cyberspace* menjadi istilah yang sering digunakan untuk menunjuk pada ranah metaforis komunikasi elektronik, (Iswandi Syahputra, 2017) serta ruang virtual yang tercipta melalui koneksi internet (Fakhrurroji, 2017).

Selain internet, *Cyberspace* juga sebuah istilah yang digunakan untuk merujuk pada media era baru. Era media baru adalah era di mana media memiliki konsep *interactivity* (interaksi) antara khalayak dengan sumber berita. Perubahan pada era ini ditandai dengan adanya perkembangan teknologi, cakupan area, produksi massal, distribusi massal, dan efek yang berbeda dari media massa. Fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi tidak lagi bersifat *one way* seperti pada era *broadcasting* (era pertama), akan tetapi interkoneksi atau ketersaling hubungan satu samalain.

Perbedaan antara Era Media Pertama dan Kedua

Era Media Pertama (Broadcast)	Era Media Kedua (Interactivity)
Tersentral (dari satu sumber ke banyak khalayak)	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak)
Komunikasi terjadi satu arah	Komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah
Terbuka peluang media atau sumber untuk dikuasai	Tertutupnya penguasa media dan bebasnya kontrol terhadap sumber
Media merupakan instrumen yang melanggengkan strata dan kelangengan sosial	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negara)
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing.
Media dianggap dapat atau sebagai alat memengaruhi kesadaran	Media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang maupun waktu.

Sumber; Buku Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia), (Ruli Nasrullah, 2016; 14)

Internet dalam bahasa Marshall McLuhan disebut dengan *global vilage* (desa buana). Istilah ini merujuk pada globalisasi arus informasi pada internet yang menyajikan segala kebutuhan manusia dalam satu wadah. Oleh karenanya tidaklah heran jika internet menjadi ruang virtual yang digemari oleh masyarakat. Dalam laporan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APIJI), 171 juta penduduk Indonesia telah menggunakan jaringan internet sepanjang tahun 2019 (Kompas, 2019). Jumlah ini menjadikan Indonesia berada di peringkat ke 6 dunia dalam penggunaan internet setelah Jepang.

Sebagai jejaring *network* yang menghubungkan banyak koneksi dengan seluruh manusia di dunia ini, internet banyak digunakan untuk media dakwah. Fenomena ini dapat dilihat dari banyaknya akun-akun Islam yang muncul di berbagai platform facebook, youtube, Whatsup, instagram, ataupun Line. Seperti akun Foto Dakwah, Muslim.or.id, Konsultasi Syariah, Pengusaha Muslim, Trandsetteer Kebaikan yang ada di Facebook. Akun dakwah di instagram seperti @indonesiabertauhidofficial, @teladan.rasul, @tausiyahku, @duniajilbab, @beraniberhijrah, dll. Sedangkan media Islam melalui platform Grup Whatsup seperti Rumah Dakwah Indonesia (RDI), Kajian iMan dan Islam (MANIS), Majelis Qur'ani, One Day One Jus (ODOJ). Situs dan blog seperti Rumahsyo.com, Manhaj.com, Bincang Syariah.com, Eramuslim.com, dll.

Data di atas menunjukkan bahwa betapa internet bukan lagi dianggap sebagai media pembawa pesan semata. Ia telah berubah menjadi media yang menciptakan hubungan dan interaksi simbolik antara informan dengan penerima pesan. Bahkan dalam konteks masyarakat jejaring, sulit sekali membedakan siapa informan dan siapa penerima. Hal ini dikarenakan aturan yang berlaku di *cyberspace* tidak mengikat dan terkontrol layaknya di dunia nyata. Oleh karenanya, internet telah berubah menjadi rumah, perpustakaan, toko, bioskop, televisi, tempat rekreasi, ruang komunitas, bahkan sebagai wadah ekspresi keagamaan (Muhtadi, 2012).

Agama di Era Media Baru (Cyberspace)

Agama, masih dalam pendapat Durkheim merupakan fenomena “moral”. Dengan begitu, beragama berarti terlibat untuk menerima sejumlah aturan tentang bagaimana kita semestinya berinteraksi dengan orang-orang dan hal-hal yang diyakini sebagai sesuatu yang transenden. Agama secara nyata berkenaan dengan regulasi etika dari relasi dan solidaritas sosial kita dengan komunitas tertentu.

Agama dalam pandangan ilmuwan sosial adalah istilah yang digunakan untuk membedakan yang profan dan sacral (Roberts, 2004). Emile Durkheim menjelaskan bahwa sakral secara sekaligus dapat menarik dan menyingkirkan individu. Untuk membedakannya, Durkheim menyatakan bahwa yang sakral memiliki tempat dan waktu-waktu khusus yang tidak dimiliki oleh dimensi lain (Roberts, 2004). Hal ini dapat dilihat dari keberadaan masjid sebagai tempat sakral untuk melaksanakan ibadah dan belajar ilmu agama dalam kegiatan majlis taklim misalnya. Dalam penjelasannya, Durkheim menyimpulkan tiga elemen penting dalam agama, yaitu kepercayaan akan sesuatu yang bersifat sakral, praktik agama (ritual), dan kehidupan beragama dalam komunitas secara global (Fakhrurroji, 2007). Berdasarkan tiga elemen tersebut, beragama dalam pandangan Durkheim tidak hanya tentang keyakinan, tetapi praktek ritual.

Dalam pengertian yang lebih luas, Dhavamony dalam Fatkhurroji menjelaskan bahwa “Yang sakral” adalah sesuatu yang terlindungi dari pelanggaran, pegacauan, atau pencemaran. Ia adalah dihormati, dimuliakan, dan tidak dapat dinodai. Hal ini sangat kontradiktif dengan kenyataan bahwa aktivitas keagamaan melalui cyberspace dilakukan dengan cara-cara baru yang bersifat virtual dan dianggap lebih menyenangkan, nyaman, serta dinamis.

Kehadiran cyberspace yang begitu massif nyatanya telah mendorong agama masuk ke dalam lingkup cyberspace yang luas. Internet telah menabrak ruang-ruang sakral spiritualitas menjadi profan. Perlu dicatat bahwa Durkheim melihat agama sebagai produk dari interaksi sosial sehingga agama sebagai tindakan kolektif individu merupakan proses yang terjadi karena adanya kohesi sosial. Perkembangan cyberspace telah mengubah berbagai cara dalam menjalankan spiritualitas dan pola kebudayaan. Revolusi internet pada gilirannya menjadi sarana yang memperkuat dan melestarikan sejumlah ritual agama dalam bentuk yang berbeda daripada sebelumnya. Eksistensi dan peran majelis-majelis ini ini pada akhirnya mengalami pergeseran yang signifikan dalam konteks cyberspace.

Internet telah menjadi ruang atau tempat bagi sebagian orang dalam mengekspresikan keyakinan agamanya melalui sejumlah aktivitas. Agama dan internet bahkan memperlihatkan hubungan yang sangat penting. Sejumlah perubahan yang muncul sebagai ekspresi keagamaan yang terbentuk di cyberspace juga telah memunculkan beragam wacana yang semakin mendapat perhatian dari banyak kalangan. Semua ini mengarah pada fenomena cyber-religion yang secara

praktis dapat dipahami sebagai fenomena, di mana terdapat hubungan signifikan antara agama dan internet baik sebagai medium maupun sebagai ruang kultural.

Di Indonesia, platform-platform dan situs Islam semakin menjamur untuk memenuhi kebutuhan agama masyarakat. Melalui platform-platform tersebut, masyarakat mengekspresikan ulang pemahaman keagamaannya melalui status sebagai ekspresi keagamaan. Oleh sebab itu, masyarakat tidak hanya mengonsumsi akses agama tersebut, akan tetapi juga menjadi agen yang menyebarkan agama. Dalam tahap ini, hubungan antara agama dan media melibatkan interkoneksi berlapis antara simbol-simbol agama, kepentingan, makna dan ruang media modern dibuat. Agama selanjutnya menjadi termediasi melalui platform-platform tersebut sehingga garis agama dan media menjadi kabur (M. Hoover, 2001).

Perilaku Keagamaan Muslimah Hijrah di Instagram

Menjadi menarik diteliti perilaku keagamaan yang terjadi di masyarakat muslim kelas menengah yang tergabung dalam kajian Musawarah. Kajian Musawarah (Muda Sakinah Mawaddah Warahmah) adalah komunitas pengajian yang diikuti oleh sejumlah artis ternama ibukota seperti Shireen Sungkar, Zaskia Sungkar, Diera Bachir, Fenitari, Dini Aminarti, Dewi Sandra, Chacha Federica, dll (Instagram, 2019) Kajian ini diadakan bergilir dari satu rumah ke rumah anggota yang lain dengan mengundang sejumlah ustadz-ustadz seperti Abdus Somad, Abu Fida, Hanan At-Taki, Adi Hidayat, dkk. Para artis muslimah yang tergabung dalam kajian ini menamai dirinya dengan “Hijrah Squad”, yaitu perkumpulan muslimah hijrah yang ditandai dengan penggunaan jilbab dan pakaian syar’i.

Para anggota Hijrah Squad merupakan artis yang sebelumnya aktif di dunia *entertainment* dan hidup dalam gemerlapan dunia. Hal ini bisa diketahui dari cerita hijrah Fenitari yang harus melepas pekerjaannya sebagai presenter gosip di Trans tv atas permintaan suaminya yang telah hijrah sebelumnya, yaitu Arie Untung. Begitu juga kisah hijrah yang dialami oleh Sheeren Sungkar yang pada awalnya atas permintaan suami untuk berkerudung dan berpakaian muslimah. Atau kisah Dewi Sandra yang sebelumnya merupakan seorang penyanyi dan model syur dan kontroversial. Begitu juga dengan pemeran sinetron Cinta Fitri, Zaskia Shungkar memantapkan untuk berhijrah setelah mengikuti beberapa kajian keagamaan. Dhini Aminarti pun memutuskan berhijrah karena adanya hidayah yang ia terima setelah membaca artikel tentang mati. Sedangkan Chacha Frederica, aktris dan presenter yang memiliki *geng sosialita* hijrah setelah pergulatannya dengan dua keyakinan

agamanya. Sepenggal kisah-kisah ini kemudian dipersatukan dalam kajian Musawarah sebagai komunitas hijrah yang bertujuan untuk menguatkan keimanan satu sama lain dalam menjalankan nilai-nilai ajaran Islam.

Hijrah Squad pertama kali dikenal di acara Hijrah fest yang diadakan pada tahun 2018 lalu di Jakarta Convention Center (JCC) Jakarta Pusat. Melalui kajian Musawarah, anggota Hijrah Squad belajar tentang agama Islam dan kemudian diinternlisasikan dalam kehidupan sehari-hari. Praktek keagamaan mereka dapat dilihat dari simbol-simbol keagamaan yang digunakan melalui hijab, gamis, kaos kaki, rok, dll yang mencirikan muslimah. Praktek ini tidak hanya berhenti di dunia nyata, di profil instagram milik Zaskia Sungkar misalnya tertulis *Laa ilaa ha illa Allah* dalam bahasa Arab. Serta caption instagram yang selalu dipenuhi dengan ungkapan syukur dalam kata "*Alhamdulillah*", *Ridha Allah*, *Barakallahu Fiikum*, yang mencirikan keagamaan. Dalam unggahan pada tanggal 7 Mei misalnya, Zaskia menuliskan "*Tidak ada akhir yang menyedihkan bagi mereka yang percaya kepada Allah.*" (Intagram, 2019).

Begitu juga yang terjadi dengan Fenitari, dalam postingan teratasnya, ia memulai tagline dengan pepatah Arab *Man Jadda Wajada, I'll do my best & Allah will do the rest* (Instagram, 2019). Di dalam postingan instagram yang ia unggah, ia tidak terlepas dari kalimat-kalimat thayyibah yang mencirikan kesalehannya sebagai muslimah hijrah seperti kata *Alhamdulillah*, *MasyaAllah*, *TabarakaAllah*, dll. Shireen Sungkar pun begitu, dalam profil instagramnya tertulis kata *Alhamdulillah, happy mom*. Sama halnya dengan yang lain, ia juga sering menggunakan kata-kata yang bercirikan muslimah seperti *MasyaAllah*, *TabarakAllah*, *Assalamu'alaikum*, *qodarullah*, dll. (diakse Instagram, 2019) Begitu juga dengan Dhini Aminarti yang mewarnai postingan instagram dengan hal-hal yang berbau keagamaan seperti perjalanan ke Makkah, Masjid di Turki, postingan meme mengenai keutamaan meninggal di masjid, produk gamis terbarunya, atau tentang ucapan syukur.

Seperti halnya yang lain, dalam postingannya Dewi Sandra juga mengekspresikan keagamaanya melalui ungkapan-ungkapan *Alhamdulillah*, *Masya Allah*, *Tabarakallah*, *bersyukur*, dll. Ia bahkan mencetuskan produk kerudung yang dilabeli dengan nama doa, zirah (pakaian perang zaman Nabi), zero, dll yang filosofi penamaannya adalah berdasarkan agama. Doa dalam instagramnya ia menuliskan "*mental melakukan apapun memang harus pakai IMAN di atas segalanya... dan sebaik-baik pelindung hanyalah beriman kepada Ar-Rahim* (diakse Instagram, 2019)." Chacha

Federica, dalam postingannya ia selalu tampil dengan pakain yang tertutup dengan mengenakan hijab dan rok. Caption yang ditulis juga tidak terlepas dari simbol-simbol agama seperti ucapan Assalamualaikum, Alhamdulillah, Masya Allah, Tabarakallah, Allahu Akbar, dll. Seperti postingan pada tanggal 7 Juli 2019 lalu, dengan mengenakan gamis dan hijab, ia menuliskan caption *"Masya Allah.. enak sekali lagi panas-panas minum ice chocolate @fendi @gentlemonster.. Holy Quran 55:18 Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan? Minum ice chocolate aja asal hatinya ridho dan ikhlas jadi happy."* (diakse Instagram, 2019)

Berdasarkan uraian di atas, perilaku para anggota Hijrah Squad pada kajian Musawarah mengalami perubahan yang sangat signifikan. Melalui pakaian, foto, narasi-narasi di akun instagram, mereka menunjukkan bahwa mereka adalah muslimah dari kajian Musawarah. Identitas ini tentu dibentuk melalui proses kajian yang mereka lakukan secara terus menerus di kajian Musawarah sebagai institusi keagamaan. Dengan begitu, apa yang mereka lakukan akan terus menjadi sebuah kultur dan suci, sebagaimana ungkapan Nancy, bahwa *"religious organizations are important sites for religious experience and for the constructing of religious identities. They are suppliers of public narratives accounts that express the history and purposes of a cultural or institutional entity."* (Dillon, 2003)

KESIMPULAN DAN SARAN

Penutup

Cyberspace memang bukan sebuah tempat yang mudah ditebak, namun kehidupan di cyberspace terus berlanjut menuju apa yang kita sebut dengan real life, dan hal ini berlaku pula pada kehidupan beragama. Hari ini, orang melakukan segala sesuatu secara online, seperti mereka melakukannya secara offline meskipun dengan cara yang berbeda. Beragam aktivitas ini dimediasi secara elektronis, dan media ini memungkinkan sesuatu dapat dilakukan dengan cara yang lebih inovatif.

Tidak lagi dapat dipungkiri bahwa agama dan media saat ini memiliki hubungan yang sangat dekat. Media menyediakan berbagai informasi agama yang kemudian diinternalisasi masyarakat ke dalam praktek-praktek keagamaan. Proses ini kemudian berlanjut pada eksistensi diri dalam praktik agama yang disesuaikan dengan apa yang ia saksikan di media. Pendek kata bahwa media melalui kecepatan internet telah mengubah wajah agama di dunia. Muslimah yang baik sebagaimana dicontohkan oleh para artis hijrah tersebut adalah dengan berpakaian syar'i, dan memenuhi postingan dengan kalimat-kalima Islami. Gary R. Bunt menyebutkan bahwa eksistensi umat Islam di

internet bukan hanya merupakan ekspresi seorang muslim modern yang net-literate, melainkan juga merupakan bentuk identifikasi diri sebagai seorang muslim.

REFERENSI ATAU DAFTAR PUSTAKA (bukan bibliografi)

- Abdul Fatah, Rohadi.(2004). *Sosiologi Agama*. Jakarta: Kencana Mas Publishing House.
- Abdullah, Syamsuddin.(1997). *Agama dan Masyarakat: Pendekatan Sosiologi Agama*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Dillon, Michele. (2003). *Handbook of The Sociology of Religion*. USA: Cambridge University.
- Fakhruroji, Moch, (2007), *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivitisme Dakwah di Internet*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hoover, Stewart M. (2001). *Practicing Religion in The Age of The Media: Explorations in Media, Religion and Culture*. New York: Columbia University Press.
- Jamaludin, Adon Nasrullah. (2015). *Agama & Konflik Sosial: Studi Kerukunan Umat Beragama, Radikalisme, dan Konflik Antarumat Beragama*. Bandung: Pustaka Setia.
- Johnson, Doyle Paul. (1988). *Teori Sosisologi Klasik Modern*. Jakarta: Gramedia.
- Morgan, David. (2008). *Key Words in Religion, Media, and Culture*. New York and London: Routledge.
- Pollack, Detlef, and Daniel V.A. Olson. (2007). *The Role of Religion in Modern Societies*. New York and London: Routledge.
- Roberts, Keith A. (2004). *Religion in Sociological Perspective*. United States: Wadsworth.
- Syahputra, Iswandi, 2017, *Paradigma Komunikasi Profetik; Gagasan dan Pendekatan*, Bandung: Simbiosis Rektama Media.
- Turner, Bryan S. (1999). *Religion and Social Theory*. London: SAGE.
- (2010). *Sosiologi Agama*. Terjemah dari *The New Blackwell Companion to The Sociology of Religion*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.