

# INTERPRETASI HIJRAH DALAM REBRANDING NORMATIVITAS ISLAM

*Adun Priyanto*

UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Email: adoncrush@gmail.com

## ABSTRAK

Normativisme tafsir hijrah pada masyarakat terkini pembacaannya menjadi diskursus sudut pandang sosiologi khas lifestyle berorientasi “label” syariah dan halal yang di universalisasi dalam segala bidang. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-narrative metode maudhu’i pada tafsir ayat alqur’an dengan pendekatan sosio-historis. Penulis ingin menggambarkan pemaknaan tafsir hijrah secara kekinian secara tematik dari ragam ayat al-Qur’an dan sudut pandang hubungan kemasyarakatan dan konteks sejarah, dan di kontekstualisasi pada kondisi masyarakat sekarang. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pembacaan terhadap tafsir hijrah sangat dipengaruhi oleh ideology tans-nasional, sosio-politis, sosio-cultural, dan ekspresi keagamaan kelompok tertentu. Dengan viralisasi istilah, setelah menjadi trending “dakwah hijrah” kemudian dilakukan secara terstruktur dan massive dengan sasaran kaum milenial (pelajar dan mahasiswa), kalangan entertainer dan entrepreneur dengan platform online dakwah dan sangat bervariasi. Hasilnya labelisasi hijrah pada gaya hidup seperti pakaian, perbankan, perdagangan, dan aktifitas normatif lainnya.

**Kata kunci:** *Tafsir, hijrah, rebandring, normativitas Islam*

## A. PENDAHULUAN

Diksi Hijrah tengah dalam *trendsetter*, dan kemudian menjadi ciri khas “membaharui diri” dalam aktifitas keberagaman Islam. Menyikapi fenomena ini dengan arif, bijaksana, dan akademis agar mampu memahami konteks sesungguhnya melalui historis hijrah dan kontekstualisasinya dalam kacamata tafsir secara holistik. Dalam memahaminya dalam sudut etimologis (tekstual) dan sudut pandang kontekstual serta historis yang melatar belakanginya dengan pendekatan sosiologis-historis untuk memotret secara utuh pesan hijrah yang terstrukturisasi sebagai peristiwa

teologis, ajakan teologis, perintah atau sebatas informasi kepada umat-Nya.

Permasalahan yang hadir justru klaim pelaku hijrah yang men-*declare* lahiriyah, sehingga klaim *self-legitimate* terhadap eksistensi keberagaman dengan praksisnya yang justru menimbulkan spirit berlebihan (Fajriani & Sugandi, 2019; Yunus, 2019). Model “mendadak religius” ini kemudian hanya dipahami dari pemilihan dialek, diksi, penampilan fisik, fashion, tingkah yang dikapitalisasi dalam model pergaulan (Mubarok, 2017). Reduksi yang kian meluas dalam pemahaman tekstualisasi ini semakin *massive* pada media sosial (Musahadah &

Triyono, 2019), dengan slogan kembali pada ajaran al-Qur'an.

Pola-pola *viralisasi* istilah hijrah dipengaruhi faktornya *euphoria* kebebasan berpendapat, tingkat kematangan ekonomi para pelaku, dan trend keagamaan sebagai gaya hidup (Haryadi, 2020). Kondisi sosio-politik melalui perkembangan fanatisme dan politisasi keagamaan (Kuswara, 2020), sistem pemilihan langsung, sentimen primordial yang menggelorakan fanatisme identitas. Di sisi lain momentum ideologi transnasional yang dibawa intelektual dalam negeri dari timur tengah, yang tengah mendapatkan ruang di Indonesia (Afrohah, 2018), dan dakwah berbasis media sosial. Faktor internal diantaranya karena stagnasi dakwah dari ormas keagamaan moderat. Sehingga ruang tersebut diambil oleh pengasong *ideology* transnasional tersebut.

Ekses yang muncul pada konteks klaim hijrahnya, sehingga harus didudukan secara substansial, agar pemahamannya bukan pada sisi *heroism* saja sehingga melahirkan konteks hijrah lahiriah. Kekhawatiran ini tentu wajar adanya karena ada indikasi menjadi benalu atas keberagaman bangsa dan berpotensi mengganggu kosmologis *sosio-cultural* dan *sosio-religius* yang tengah berjalan sebagai konsekuensi pemahaman berdasar tekstual-teologis

(Rohma, 2020). Klaim kepemilikan "istilah" secara eksklusif dan sudut pandang pewahyuan tanpa mempertimbangkan keterlibatan aspek-aspek lain dalam pendekatan tafsir sesuai dengan metode. Tentunya menarik mencermati persimpangan atau bahkan titik temu kesamaan semangat dalam menjadikan Islam sebagai pusat peradaban kembali dalam konteks penguatan semangat keberagaman dalam wujud nyata dan menjadikan Islam sebagai trendsetter dalam ajaran yang *rahmatan lil 'alamiin*.

Untuk memberikan pemahaman tentang tafsir dan pemaknaan terhadap konteks kekinian maka penelitian menggunakan metode kualitatif narrative dengan penguatan pemahaman literasi dan telaah dokumen kemudian melakukan proses triangulasi pada data-data yang diperoleh untuk kemudian disajikan. Untuk melihat konteks pemahaman secara utuh maka dalam memahami peristiwa hijrah dilakukan dengan metode *maudû'î* melalui pendekatan sosiologis-historis megkontruksi pemahaman yang utuh terhadap teks yang ada berkaitan dengan hijrah yang dialami nabi Muhammad SAW beserta kaum muslimin dari Makkah ke Yatsrib (Madinah). Teks-teks dikaitkan dengan latar belakang historis dan kondisi

sosial kemasyarakatan yang ada pada saat itu, dan juga menggunakan antropologi sebagai sudut pandang lain dalam pemahamannya dan mengkontektualisasikan pada masa sekarang.

## B. HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Hijrah sebagai Definisi dan Histori

Menurut Muhammad bin Mukarran terminology *hijrah* berbentuk *ism* adalah *al-hijrah* dari kata *ha-ja-ra*, *yah-ju-ru*, *hij-ran*, dan *hij-ra-nan* yang artinya memutuskan (Syarif, 2019). Di dalam al-Qur'an, terdapat 28 kali kata *ha-ja-ra* dengan variasi makna sesuai konteksnya dan tersebar pada 17 ayat dan 17 surat (Royyani, 2020) di antaranya: (a) Hijrah mengandung makna berpindah dari suatu tempat ke tempat yang lain, Qs. al-Baqarah (2:218), Qs. Ali Imron (3:195), Qs. al-'Ankabut (29:26), Qs. al-Taubah (9:10); Qs. al-Nisa (4:97), Qs. al-Anfal (8:72, 74, 75) dan Qs. al-Mumtahanah (60:8); (b) Hijrah memiliki arti meninggalkan sesuatu, Qs. Maryam (19:46), Qs. al-Nisa (4:89,100); Qs. al-Hajj (22:58); Qs. al-Ahzab (33:50) (c) Hijrah bermakna mengacuhkan sesuatu, Qs. al-Furqon (25:30); (d) Hijrah berarti orang-orang yang berpindah/melakukan hijrah (muhajirin), Qs. al-Taubah (9:100,117); Qs. al-Hasyr (59: 8 dan 9);

Qs. al-Nur (22:24) dan Qs. al-Ahzab (33: 6); (e) Hijrah yang bermakna menjauh dari sesuatu yang tidak tidak berdampak baik bagi jasmani ataupun ruhani, Qs. al-Muzammil (73:10), Qs. al-Mudatsir (74:5) dan Qs. al-Nahl (16:41 dan 110); (f) Hijrah berarti melepaskan atau memisahkan dua hal, Qs. al-Nisa (4:34); (g) Hijrah juga berarti berbincang-bincang pada malam hari, Qs. al-Mu'minin (23:22).

Keberagaman definisi sesuai perspektif keilmuan ulama dan ahli *linguistic*, tetapi ada *interaction-spot* dalam paradigma kultural dan penafsiran *linguistic*. Dan terjadi metamorfosa makna di tataran dasar asumsi yang disesuaikan perkembangan zaman (Izutsu, 1997). Ibnu Arabi, Ibn Taimiyyah dan Ibn Hajar dalam Jazuli (2006) mendefinisikan hijrah masih sesuai makna asli yaitu perpindahan dari negeri kafir (*dâr al-kufr wa al-harb*) suatu negeri yang dipimpin/ yang berada di bawah kekuasaan pemerintah kafir yang menegakkan hukum orang-orang kafir menuju negeri yang dipimpin oleh Muslim (*dâr al-islâm*) yang berhukum dengan hukumnya kaum muslim meskipun terdapat di dalamnya penduduk orang-orang kafir (Manzhur, 1999) dalam keadaan darurat (Jazuli, 2006).

Ziaul Haque menyebut hijrah sebagai sebuah pengorbanan (suatu bentuk

kerelaan meninggalkan keluarga, harta benda, rumah, kampung halaman) demi meninggalkan suatu tempat menuju tempat yang lebih baik. Dalam konteks afektif, hijrah dapat dipahami sebagai perubahan dari imoralitas kepada moralitas, dari kepalsuan menjadi kebenaran, dan dari kegelapan menuju cahaya ilahi. Dan orang yang berhijrah (*muhâjir*) disebut orang yang ta'at dan setia pada kebenaran (Ziaul, 2000). Para sufi menjelaskan hijrah sebagai pergi untuk lebih dekat pada kebaikan sehingga mudah melakukan kebiasaan-kebiasaan baik, meninggalkan segala bentuk dosa atau hal-hal yang mendekatkan diri pada dosa, dan menjauh dari segala sesuatu yang dapat merusak ketaatan dan menjauhkan diri dari Tuhan. Al-Qurtubî memaknai hijrah dengan mengadopsi riwayat Ammar bin Yasir dan keluarganya, Shuhaib, Bilal dan lainnya yang mengalami penyiksaan setelah bersyahadat sehingga mereka melakukan hijrah. Al Qurtubi memaknai hijrah sebagai aktivitas berpindah tempat dari tempat yang semula mendatangkan keburukan menuju ke tempat lain yang mendatangkan kedamaian untuk melaksanakan kebaikan-kebaikan yang diyakini (al-Qurtubi, 1384).

Quraish Shihab bertumpuan pada makna *meninggalkan* sebagai meninggalkan sesuatu berdasarkan

ketidak senangan terhadapnya. Konteks Nabi Muhammad saw bersama sahabat-sahabatnyanya meninggalkan Makkah atas ketidak senangan terhadap perilaku masyarakatnya yang melampaui batas nilai etik dan moral sebagai manusia, berupa perilaku kemusyrikan dan kampanye stratifikasi sosial berlebihan (Shihab, 2005).

Dari banyak pengertian dan makna hijrah yang dipaparkan di atas, maka dapat diambil kesimpulan hijrah yang dimaknai dari beberapa perspektif (Budiono, 2019): *Pertama, Hijrah ma'nâwiyah* sebagaimana dalam Qs. Adz-Dzaariat (51:50). Menurut an-Nasafi ayat tersebut bermakna menjauhi perbuatan menyekutukan Allah swt, sedangkan menurut as-Syaukani bermakna bertaubat dari kekufuran, kesalahan-kesalahan, dan kemaksiatan. Hijrah secara maknawi dibagi menjadi: (a) *Hijrah I'tiqâdiyah*. Berpindahnya iman seseorang dari kondisi yang rapuh menjadi kokoh; (b) *Hijrah Fikriyah*. Perubahan dalam proses berfikir mendasarkan pada tuntunan Allah dan Rasulullah; (c) *Hijrah Syu'ûriyah*. Perpindahan gaya hidup berorientasi duniawi menuju hidup penuh ketenangan di bawah ajaran Islam. (d) *Hijrah Sulûkiyah*. Proses perubahan akhlak.

*Kedua. Hijrah makâniyah* atau hijrah teritorial. Dalam konteks ini hijrah

mempunyai makna: (a) berpindah dari *Dâr al-Harb* menuju ke *Dâr al-Islâm*. Menurut Ibnu al-Arabi dalam tafsirnya hijrah hal itu dilakukan dari: negeri yang penuh bid'ah, negeri yang segala sesuatunya haram, menghindari intimidasi fisik, khawatir dengan serangan wabah penyakit berpotensi membahayakan, khawatir terhadap keselamatan diri; (b) pergi menuju Syam, hal ini disandarkan pada Hadith riwayat Imam Ahmad (5:241) dan Sunan Abu Dawud (3:10): *“Pilihlah pasukan Syam, karena Ia bumi Allah yang terbaik. Disana terkumpul hamba-hamba terbaiknya.*

*Ketiga, hijrah nafsiyah*, perpindahan secara spiritual dan intelektual dari kekafiran kepada keimanan, dari kebodohan kepada ilmu. berdasarkan makna tersebut hijrah dipahami sebagai dinamika hidup. Karena hakekat hidup adalah gerak, beramal dan berjuang, bukan sekedar ada tapi meng-ada. *Keempat. Hijrah amaliyah*, dalam hal ini adanya perpindahan perilaku/perbuatan meninggalkan segala sesuatu yang dilarang Allah kepada yang diperintahkan dan diridhai Allah.

Intepretasi hijrah berdasarkan makaniyah dan nafsiyah merupakan proses reformasi secara terus menerus terus berkaitan dengan meninggalkan

dosa dan kesalahan. Penegasan Rasulullah saw

*“Orang yang berhijrah adalah orang yang meninggalkan kesalahan-kesalahan dan dosa-dosa”* (HR. Imam Ahmad).

Dalam riwayat Bukhari dan Muslim,

*“Orang yang berhijrah adalah orang yang meninggalkan apa yang telah dilarang oleh Allah SWT”.*

Sementara makna rebranding normativitas Islam jika dilihat dari struktur merupakan sebuah kalimat kampanye (slogan) bahwa setelah beberapa decade umat Islam dalam kekangan politik pada orde baru. Pengekangan itu tidak hanya pada hal-hal ritualis tetapi juga simbol budaya (ekspresi beragama, seremonial, pakaian, perilaku sosial, dan *lifestyle*). Setelah era reformasi, kebebasan ini diekspresikan pada seluruh aspek hidup dengan nuansa Islamisnya. Sehingga Islam yang dianggap tertinggal dari segi mode dan sebagai *lifestyle* telah terjadi proses rebranding terutama dalam aktifitas kehidupan dan keagamaan yang disesuaikan dengan budayanya berdasarkan nilai-nilai estetis keislaman. Rebranding normativitas Islam menurut penulis dimaknai sebagai pengemasan (memunculkan kembali) perilaku sesuai syariat (*syar'i*) sebagai kapitalisasi mode menjadi sebuah peluang ekonomi. Khususnya pada bidang entertainer,

pendidikan, model, fashin, perilaku keuangan, perdagangan dan lainnya.

## 2. Historisitas Hijrah

Kisah-kisah hijrah Rasul Allah dilatarbelakangi penolakan pada ajaran Allah swt. Sehingga hijrah dapat dipahami dalam suatu siklus historis dakwah yang terulang. Karena dimusuhi kaum kafir sehingga “terusir” dari suatu tempat ke tempat lain. Seperti kisah Adam as terusir dari surga sebab permusuhan yang di kibarkan iblis. Ibrahim as melakukan hijrah dari Babilonia ke Syam (Palestina), sebab mencari keselamatan akibat ancaman pembakaran oleh kaumnya. Kemudian hijrah dari Syam ke Mesir, yang dilakukan bersama dengan Sarah istrinya disebabkan kesulitan ekonomi yang dialami. Hijrah dari Mesir ke Syam bersama istrinya dan Hajar beserta orang-orang beriman kepada seruan dakwahnya. Hijrah dari Syam pergi ke Hijaz (Makkah), bersama Ismail as, istrinya, dan Hajar karena perintah Allah untuk membangun Ka’bah. Nabi Luth as berhijrah karena menghindari buruknya kondisi sosial masyarakat kaumnya. Begitu juga Nabi Musa as yang berhijrah dari Mesir menuju Madyan karena intimidasi yang dilakukan oleh Fir’aun sang penguasa mesir saat itu.

Sementara perjalanan hijrah Nabi Muhammad saw sebanyak tiga kali (ke Habsyah, Thaif dan ke Yatsrib atau Madinah) karena stagnasi hasil berdakwah di kalangan Quraisy. Para pengikut juga mendapatkan perlawanan secara fisik dan psikolgi, merajalelanya kezaliman penguasa Quraisy. Status nabi Muhammad saw sendiri adalah musuh bangsa Quraisy. Setelah melewati proses panjang, kemudian Nabi Muhammad saw menerima perintah hijrah (Qs. al-Ankabut, 29:56). Hijrah pertama terjadi di tahun kelima Nubuwwah (al-Umuri, n.d.) menuju ke Habasyah, dengan dua rombongan tonggakunya adalah peristiwa berimannya raja Habasyah. Perjalanan hijrah berikutnya ke Thaif (tahun ke-10 nubuwwah), dan terjadi lagi stagnasi pengikut karena hanya mendapatkan 1 orang. Kemudian Nabi Muhammad berhijrah ke Yastrib (Madinah).

Dalam perjalanan hijrah ada peran *heroic* para sahabatnya. Abu Bakr setia menemani perjalanan Nabi Muhammad saw beserta Abdullah bin Abu Bakr. Ali bin Thalib yang menggantikan posisi tidurnya ketika akan di bunuh oleh kelompok Kafir Quraisy. Ada orang yahudi yang menyapu bekas jejak-jejak perjalanan Nabi Muhammad saw, dan ada peran Asma putri Abu Bakr yang memberikan keperluan *logistic*. Semua

upaya tersebut merupakan taktik memuluskan proses hijrah.

Mengapa nabi Muhammad saw diberi sambutan hangat di Yatsrib? karena latar belakang historis di Yatsrib yang terjadi konflik berkepanjangan antara 2 kelompok besar dan sudah berlangsung lama. Rasulullah diharapkan dapat menjadi pendamai karena status Nabi Muhammad saw yang terkenal mendamaikan “permusuhan” dalam meletakkan hajar aswad yang melibatkan banyak suku di Makkah. Secara teologis warga Madinah tertarik belajar agama Islam. Adanya garansi keamanan dan kebutuhan nabi dan rombongan ketika sampai di Madinah berupa tanah, perniagaan, kebutuhan hidup.

Kerjasama ini memiliki dampak pada perkembangan Madinah setelah  $\pm 10$  tahun prosesi hijrah dari segi kebudayaan, keharmonisan masyarakat (*civil society*) dan tata kenegaraan Islam (Goldziher, 1991). Dibuktikan dengan rajutan tali persaudaraan sesama manusia antara Arab Muslim, Yahudi, dan Arab nonMuslim yang disebut *ummah*. Disegel dalam Piagam Madinah yang berisi asas kebebasan beragama; persamaan; kebersamaan; keadilan; perdamaian yang berkeadilan; musyawarah (Shiddiqi, 1996). Sehingga terbangun peradaban dengan mewujudkan masyarakat yang saling

menghormati, saling melindungi dan tidak saling menyerang, kontras dengan kondisi di Makkah.

### 3. Kontekstualisasi Hijrah Masa Kini

Setiap prosesi hijrah Nabi dan Rasul Allah menimbulkan ekses sosial, diantaranya adalah lahirnya era baru dalam suatu tatanan kehidupan umat yang lebih religius dan juga rasional (Amstrong, 2002), kemerdekaan dari belenggu tiran, dimana proses tersebut dilandasi keikhlasan. Sehingga makna substantif dari pesan peristiwa hijrah yaitu reformasi individual (*spiritual-moral*), penguatan keimanan, serta implementasi praktik hukum dan hubungan antar sesama manusia, perbuatan dan perkataan yang memotivasi keimanan. Reformasi *sosio-kultural* ditandai dengan perubahan tatanan budaya kemasyarakatan tataran kesamaan hak dan kewajiban pada kaum muhajirin dan ansor. Adanya *structural-reformation*, perubahan signifikan pada seluruh tatanan kehidupan masyarakat, sistem kepemimpinan, penghargaan pluralitas dan kemajemukan. Hal ini diwujudkan melalui pembentukan masyarakat sipil, masyarakat plural, pemberdayaan etos dinamis, kelahiran hukum kenegaraan tertulis yang menjadi dasar aturan bermasyarakat.

Peristiwa hijrah dalam narasi monumental menghasilkan produk: (a) Penggalan hijriyah. (b) Aturan (perjanjian) yang menyatukan muhajirin dan anshor dalam pemenuhan hak-hak dasar. (c) Konsepsi masyarakat majemuk dalam peradaban masyarakat Islam madani dari orientasi *society* (masyarakat) menjadi *state* (struktur pemerintahan). Namun jika memakai proporsi perspektif politis (kekuasaan), hijrah merupakan proses *move-on* daya tawar dakwah nabi Nabi Muhammad saw dari *power-less* (di Makkah nabi sebagai “buronan”) menjadi *power full* (menjadi penguasa di Madinah). Sehingga substansi hijrah juga mengandung dalil nasionalisme yaitu menuju kejayaan Islam.

Makna hijrah pada kondisi tidak adanya konflik sosial, maka dapat dimaknai universal seagai perpindahan (*move*) menuju kepada implementasi keberagaman hal yang lebih baik. Baik dalam segi substansial pemahaman keberagaman, implementasi, dan pemebentukan nilai moral manusia dalam makna spiritualitas.

#### **4. Euphoria Ekpresi Keislaman melalui Hijrah**

Massifnya gelombang berhijrah di Indonesia dipengaruhi beberapa faktor,

diantaranya (a) *Kebebasan*. Kekangan selama kurang lebih 32 tahun era Orba menjadikan ruang-ruang kebebasan menjadi sempit, tidak terkecuali ekspresi beragama yang dianggap menghambat kegiatan ekonomi dan nasionalisme. Agama dihadapkan dengan Pancasila yang menghasilkan sikap represivitas penguasa terhadap ekspresi keagamaan. Reformasi membebaskan semua belenggu dan memberikan lahan pertumbuh bagi ideology apapun selama tidak bertentangan Pancasila. (b) *Sosio-politik*. Era SBY ditengarai para ahli memberikan ruang pertumbuhan gerakan ormas-ormas swakarsa radikal kanan yang ekspresif, dan *fanatic*. Faktor sentimentil primordial yang terus menjadi tagline oknum politisi ketika pesta demokrasi berlangsung dari pusat sampai daerah, puncaknya pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2017. (c) *Psyco-sosial-ekonomi* pelaku hijrah. Fenomena hijrah yang mendapatkan apresiasi dari seluruh lapisan masyarakat urban dengan rasio pertumbuhan penduduk ekonomi menengah ekuvalen dengan pertumbuhan ketaatan beragama bagi muslim. Yang berasal dari kalangan terdidik, model pergaulannya terbuka, majemuk, demokratis, dinamis, dan sangat plural. Masyarakat urban memiliki tingkat stress yang tinggi karena berada pada persimpangan teknologi dan

perkembangan budaya, sementara pola pikir masih primordial dan tradisional. Sehingga kaum urban dahaga terhadap ketentraman jiwa dan menganggap ekspresi kesalehan individu sebagai jawabannya. Klaim memperoleh “hidayah” mendorong kuat hasrat kaum urban untuk “belajar agama lagi” setelah memiliki kehidupan mapan. Juga adanya momentum secara simultan adanya tren-tren fenomena keislaman untuk berkembang kembali. (d) Penurunan kuantitas ulama sentral berkeilmuan moderat berbasis pesantren yang mengakar kuat di kalangan masyarakat urban. Doktrin *ideology* menjadi *branding* syariah Islam di kemas secara *entertainpreneur*, menawarkan model baru terhadap kajian ilmu dan pemahaman *instant* berislam, akibat “kebosanan” terhadap stagnasi model tradisional di Indonesia. Maka terjadilah ruang-ruang kosong yang dimanfaatkan oleh ideology trans-nasional yang gencar menyebarkan pemikirannya diseluruh dunia (Fuad, 2020). *Ideology* tersebut menjadi gelombang pendorong dan seklaigus menghanyutkan cara beragama para pelaku hijrah kedalam Islamis fundamental berideology radikal.

Hal itu dibuktikan dengan asupan pemikiran yang mengajak berselancar di romantisme kejayaan Islam masa lalu, dan

menawarkan segala solusi kehidupan dengan konsep bernegaranya. Gerakan yang dilakukan secara *massive* dengan mengusung slogan-slogan, kampanye, dan Islamisasi gerakan berbasis massa. Untuk menarik massa menggunakan istilah yang *marketable* dengan sasaran partisipan lintas generasi dan segmentasi sosial. Misalnya slogan “hijrah itu keren” di lambungkan beberapa elit hijrah melalui kajian-kajian keislaman di dunia nyata dan maya. Disorientasi hijrah menawarkan praktis menjalankan Sunnah dalam keseharian dengan sederhana yaitu *outfit* lahiriah seperti pakaian, aktifitas, dan perasaan. Ketiganya menjadi matra dan materi pokok mengkampanyekan tren hijrah kepada kaum muda untuk menjadi agen-agen hijrah dalam konotasi yang ada (Haryadi, Didid dan Munandar, 2021; Saputra, Pujiati, Simanihuruk, Ismail, & Sitorus, 2020).

Mode berhijrah kekinian dimulai dari perubahan sudut pandang pada fiqh dan spiritualitas dengan unjuk kesalehan (Mubarok, 2017), menonjolkan transformasi penampilan berpakaian dan penampilan fisik (Yunus, 2019). Perubahan arabisasi dialek keseharian dalam berinteraksi dan berkomunikasi (Sari & Mahadian, 2018). Yang disebut sebagai fase transformasi individual

(perubahan *spiritual-moral*) (Ibrohim, 2016)

Indikasi tersebut memunculkan kesimpulan pembacaan terhadap diksi hijrah pada masa kini menjauh dari substansi hijrah itu sendiri, salah satu simbol hijrah Nabi Muhammad saw adalah lahirnya sikap inklusifitas melalui penyatuan muhajirin dan anshor. Kini yang terjadi cenderung eksklusif karena sekat yang diciptakan justru kontra produktif dengan peristiwa hijrah. Sehingga hijrah berkonotatif “Islamisasi” kebudayaan Arab atau Arabisasi budaya lokal (Rosidi, 2016). Misalnya cara berpakaian melabeli diri sebagai *fashion syar’i* dengan segala perniknya. Pakaian dipilih sebagai simbolisasi hijrah dikarenakan memiliki fungsi komunikatif berbentuk komunikasi artifaktual (Gerungan, 1996) dalam ruang wilayah komunikasi non-verbal. Sehingga penyampaian pesan penuh makna berbahasa simbolisasi dalam fungsi komunikatif bahasa. Pakaian juga menjadi simbol representasi diri dalam membangun perspektif kesan, identitas diri, bahkan visualisasi ideologi (Chaney, 1996). Gaya hidup halal juga menjadi simbolisasi pelaku hijrah berkaitan makanan, pekerjaan, produk yang dipasarkan, property, perbankan, dan model pergaulan. Gaya bicara sebagai simbolisasi media komunikasi utama serta

identitas dan intensitas pergaulan dan image jenjang pendidikan, pengetahuan, dan cara berfikir.

Simbolisasi yang paling kentara dilakukan pada penampilan fisik yang memunculkan *labeling* pelaku hijrah dalam visualisasi kesalehan (Haryadi, Didid dan Munandar, 2021). Parameter kesalehan (Thomas B. Pepinsky, R. William Liddle, 2018) diukur dari: (a) *ritual* pelaksanaan rukun Islam. Berkaitan dengan intensitas ibadah wajib; kepatuhan terhadap perintah Tuhan; ekspresi ritual keagamaan; interaksi nilai-nilai sosial ekonomi dan nilai religiusitas (Riesebordt, 1993). (b) *orientasi* kepercayaan individual tentang hubungannya keimanan seseorang dengan perilaku; (c) *perilaku* sebagai seluruh praksis keagamaan dan cerminan keimanan seseorang dalam beragama.

### **5. Branding Islam: Sasaran dan Konsep Dakwah Milenial di Media Sosial Berlabel Syariat**

Proses hijrah Nabi Muhammad saw dalam sejarah melibatkan kaum muda yang begitu berani (Ali bin Abu Thalib). Juga terjadi perubahan metode dakwah Nabi Muhammad SAW di Madinah sebagai konsekuensi setelah mempelajari situasi, kondisi, dan karakter masyarakat di Madinah. Hal inilah yang dianggap sebagai contoh strategi dakwah yang

dilakukan para penggagas hijrah dengan sasaran kaum milenial ditengah kekosongan keberagaman dan mencari cara belajar islam yang instant. Juga adanya keterlambatan proses dalam transisi euphoria kebebasan, kejutan teknologi, tuntutan pekerjaan, serta tuntutan material akibat sistem pendidikan berpusat kognitif umum.

Fasilitas yang dibangun para penggagas hijrah sangat memudahkan proses belajar memahami Islam, melalui media kajian-kajian Islam, buku-buku Islami, televisi dan melalui media sosial (Haryadi, 2020). Media sosial menjadi moda utama gerakan hijrah secara massive seperti aplikasi *whatsapp*, *instagram*, *telegram*, *tik tok*, *log*, *facebook*, *youtube*, dan lainnya (Zahara, Wildan, & Komariah, 2020). Signifikasi peran itu ditandai pertumbuhan “akun-akun hijrah” yang sangat subur dengan informasi-informasi (postingan) hijrah. Menjadi trending topik karena materi-materi pilihan secara terstruktur dengan interval dan frekuensi tertentu serta memperhatikan isu-isu yang *update*. Berupa meme kutipan perkataan bijak/hadits/ayat al-qur'an, foto-foto, atau video tentang “keindahan” beragama. Bahasa pesan yang komunikatif, mudah dimengerti, dan diterima masyarakat. Kontennya dapat berupa ajakan, terlihat rasional, dan menyentuh hal-hal yang

dialami khususnya pada area motivasi hidup, kemudian dikemas dan disandingkan dengan hadits serta ayat-ayat al-Qur'an. Sehingga menarik para *netizens* untuk *me-like*, *men-share*, dan membubuhkan komentar walau sebatas permohonan izin untuk menyebarkan (*sharing*) konten tersebut.

Model dakwah tersebut justru menjadi *branding* kalangan milenial tentang peran media sosial sebagai ruang dakwah (Yusuf, 2019). Dan menjadi *market* produk yang diciptakan guna eksistensi hijrah seperti hijab, *fashion*, *make-up*, *accecories*, konten youtube, intagram, tweeter, vidio pendek, tulisan, buku dan lainnya berplatform syariah sebagai ciri khas *branding* produknya. Pada produk jilbab mereka berani modifikasi, melahirkan berjenis jilbab, bahan, dan merk tertentu dengan tetap mem-*brand* syar'i tanpa meninggalkan citra *fashionable* di hadapan konsumen. “Pergesaran” makna dari pakaian yang merupakan identitas dan simbol keagamaan, menjadi makna universal menjadi budaya yang mempengaruhi sosial-ekonomi, politik, serta ekonomisasi agama lewat fashion.

Hijab/jilbab sebagai *fashion* sarat makna untuk menyampaikan *massage* yang artifaktual, bagi pemakainya memberikan perspektif manifestasi ajaran Islam dalam sebuah perilaku,

penggambaran lingkungan, kenyamanan batin setelah proses pembaruan, serta media pencitraan. Misalnya kasus “selebriti hijrah”, terjadi perdebatan pada tataran motif, analisisnya ditengarai karena: (a) *Motif supaya*. Mendasarkan pada interaksi eksistensi dalam anastasi tujuan eksistensi tersebut sebagai maksud, rencana, harapan, minat, yang berorientasi masa depan. (b) *Motif karena*. Mendasarkan pengalaman masa lalu seseorang, artinya sandaran dalam proses “perubahan” terjadi karena kesadaran spiritual yang dilakukan melalui proses belajar dengan panca indera dan pengaruh lingkungan.

Hijrah yang dilakukan *entrepreneur* menyandarkan pada hijrah Utsman bin Affan. Keterlibatan orang-orang kaya dalam berhijrah justru menarik masyarakat untuk turut larut dalam gelombang hijrah untuk mengukuhkannya menjadi menjadi sebuah *branding*, dan juga sebagai upaya membedakan diri kelompok konvensional. Misalnya pada model perbankan/keuangan adanya bank-bank syariah walaupun masih menyertakan nama-nama bank konvensional, misalnya Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, BRI Syariah, dan lainnya. Sebelum diberlakukannya merger dan berganti nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Munculnya produk-produk keuangan halal, wisata halal,

kuliner halal dan lainnya. Brandingnya adalah dengan merekrut *entertainer* sebagai *brand ambassador* produk-produk tersebut.

Walaupun secara historis kemunculan label syariah tidak terkait langsung dengan fenomena hijrah, lebih karena mengglobalnya kajian-kajian keekonomian Islam baik oleh barat maupun oleh para pakar ekonomi syariah Islam itu sendiri. Namun bersamaan timing-nya dengan adanya trend dan kuantitas orang-orang berhijrah secara idealis menjadikan *syariat*-isasi sebagai gaya hidup. Seiring itu pula pemenuhan terhadap tawaran-tawaran tersebut direspons oleh pelaku ekonomi bisnis dan pengelola keuangan baik konvensional maupun syariah. Dampaknya proses *hijrah*-isasi seperti mendapat dukungan dari semua lini.

## 6. Hijrah pada kalangan Artis dan Remaja

*Public figure* (baca: selebriti) menjadi sasaran dari dakwah hijrah. Kemapanan ekonomi, kekosongan jiwa, kebosanan, puncak pencapaian karir, sampai pada kebalikan kondisi yang disebutkan sebelumnya sehingga menggiring pada pencarian ketenangan di tengah kondisi itu. Hal ini memiliki dampak luar biasa pada segi branding dan market hijrah (Afina, 2019; Lyansari, 2019; Muna,

2020), serta pada industri dan sektor perekonomian, kebudayaan, dan tatanan sosial baru yang muncul. Yang terimbas utamanya kaum hawa pada usia muda yang memang menggemari dinamisasi kehidupan selebritas yang pada akhirnya mempengaruhi pola pemikiran penggemar. Sehingga gaya hidup syar'i pada selebritas yang berhijrah menjadi menjadi fenomena kompleks yang memberikan dampak luar biasa bagi perkembangan *branding* Islam sebagai budaya. Sementara jika melihat fenomena hijrah pada kalangan mahasiswa lebih disebabkan karena permasalahan asmara, dorongan keluarga, pergaulan, dan aturan organisasi yang diikuti (Yunus, 2019).

Tingginya komunitas-komunitas hijrah di media sosial dapat disebabkan karena suatu *figure* yang menjadi Pengelola/Penangguna jawab media tersebut (Haryadi, Didid dan Munandar, 2021; Haryadi, 2020). "Rasa kagum" para jamaah terhadap pengelola media yang dianggap mumpuni dalam penguasaan ilmu keagamaan dengan membuka layanan konsultasi langsung dan dijawab dengan "penyelesaian Islami" melalui media sosial yang dikelola tersebut. Kemudian dengan mengaplikasikan prinsip manajemen citra dan *brandingisasi*, seorang admin akan dimunculkan "menjadi dai" karena kuantitas jamaah (*follower*) di dunia maya dan televisi dan

viral, dan kemudian menjadi ramai pasaran di dunia nyata. Disinilah seolah-olah ada "bisnis dakwah" yang dikembangkan atas nama kemajuan dan kejayaan syiar Islam dimasa mendatang.

Disatu sisi menjadi suatu keuntungan bagi program dakwah dengan kebaruan sistem teknologi, namun disisi lain menjadi permasalahan baru karena tidak semua *da'i* yang muncul mempunyai kompetensi yang memadai. Hal inilah yang menggerakkan kementerian agama untuk melakukan setifikasi *da'i* dengan tujuan agar masyarakat tidak dimanfaatkan secara semangat keagamaan yang sedang tumbuh dan dijadikan ladang penyebaran *ideology* trans-nasional yang dianggap membahayakan bagi keutuhan bangsa dan negara. Kemunculan dai-dai ini secara umum menguntungkan bagi media yang memanfaatkan, diantaranya adalah keuntungan materi (finansial) dengan diraupnya rating bagi televisi, monetisasi bagi youtube atau aplikasi audio visual lain diplatform media sosial. Dan menjadi fenomena terkait dengan transisi/perpindahan pada konsep dakwah tradisional ke konsep kekinian yang lebih mudah diakses dimanapun kapanpun. Namun keonsekuensinya adalah pembacaan (tafsir) yang dilakukan oleh pendengar dan *da'i* itu sendiri terkadang menjadi masalah dalam aplikasinya di

kehidupan masyarakat karena keterbatasan pengetahuan pendengar dan pemilihan konten dakwah yang memang tidak sesuai dengan pengetahuan dasar yang dimiliki oleh *follower* tersebut.

### C. SIMPULAN

Hijrah peristiwa monumental di tandai dengan simbol reformasi individual (spiritual-moral); reformasi sosio-kultural; reformasi struktural. Pembacaan konsepsi hijrah dalam konteks kekinian dimaknai dimaknai hijrah yang nampak, baik secara outfit maupun kenampakan pengakuan kesalahan. *Trend* hijrah di Indonesia memiliki pola penyebaran yang beragam ada yang mengarah kalangan milenial, generasi Y dan Z, public figure (*entertainer*) dan *entrepreneur*. Kalangan ini membantu proses viralisasi moda hijrah yang kemudian mempengaruhi (*influence*) masyarakat kalangan menengah dan masyarakat urban, sebagai konfirmasi atas keamanan ekonomi dan ekspresi kelahiran kembali keimanannya.

Moda media sosial sebagai ruang efektif yang digunakan oleh para elit hijrah ini untuk menyampaikan gagasan dan doktrin-doktrin hijrah sesuai dengan kriteria yang disusun secara sistematis dan terstruktur. Hal inilah yang tidak dilakukan oleh kalangan konservatif dalam memaksimalkan dakwahnya sehingga terkesan stagnan dan membosankan, bagi milenial hidup selalu bersentuhan dengan internet yang cenderung dinamis. Menginginkan kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan solusi dan pengetahuan agama sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Perpindahan itu juga pada segi bisnis, dengan labeling halal dan syar'i pada produk-produk fasion, makanan, property, wisata, dan lainnya. Hal ini merupakan konsep hijrah yang dibangun dalam tataran implementatif dalam rangka brandingisasi hijrah itu sendiri yang disebut dengan berislam kafah.[]

\*\*\*

### DAFTAR PUSTAKA

- Afina, A. 2019. Hijrah Artis Sebagai Komodifikasi Agama. *Sosiologi Reflektif*, 13(2), 331-350.
- Afrohah, A. 2018. Fundamentalisme: Korelasi Idologi Fundamentalisme dengan Idiologi Gerakan Islam Modern. *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, 18(1), 176.
- Al-Qurtubi, A. 'Abdullah. 1384. *Al-Jami' li Ahkam al-Quran*. Kairo: Dar-al-Kutub al-Islamiyah.
- al-Umuri, A. D. (n.d.). *al-Sirah al-Nabawiyah al-Shahibah* (terj. Abdu). Jakarta: Darul Falah.
- Ambari, H. D. 2005. *Ensiklopedi Islam*.

- Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve.
- Amstrong, K. 2002. *Islam: Sejarah Singkat* (Terj. Fung). Yogyakarta: Jendela.
- As-Siddiqi, M. n.d. *Dalilul Falihin li Thuruqi Riyadhis Shalihin*. Beirut: Darul Kutub Al-'Arabi.
- Budiono, A. 2019. Hijrah Dalam Perspektif Tafsir Sya'Rawi: Sebuah Kajian Tafsir Tematik. *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, 15, 57-80.
- Chaney, D. 1996. *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif*. Bandung: Jalasutra.
- Fajriani, S. W., & Sugandi, Y. S. 2019. Hijrah Islami Milenial Berdasarkan Paradigma Berorientasi Identitas. *SosioGlobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 3(2), 77-88.
- Fuad, S. 2020. Gerakan Hijrah Dan Konstruksi Emosi Keislaman Di Perkotaan. *Mimbar Agama Budaya*, (November 2020), 45 - 51. <https://doi.org/10.15408/mimbar.v0i0.17949>
- Gerungan. 1996. *Psikologi Sosial*. Bandung: Eresco.
- Goldziher, I. 1991. *Pengantar Teologi dan Hukum Islam* (iterj. H S). Jakarta: INIS.
- Haryadi, Didid dan Munandar, A. 2021. Tafsir Kesalehan Sosial Bagi Anggota Komunitas Hijrah Terang Jakarta Dan Shift Bandung. *Sosiologi Reflektif*, 15(2), 272-297.
- Haryadi, D. 2020. Otoritas Keagamaan Baru: Habitiasi dan Arena Dakwah Era Digital. *Islamic Insights Journal*, 2(2), 69-82.
- Ibrohim, B. 2016. Memaknai Momentum Hijrah. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 10(2), 65-74.
- Izutsu, T. 1997. *Relasi Tuhan dan Manusia Pendekatan Semantik terhadap al-Qur'an*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Jazuli, A. S. 2006. *Hijrah dalam Pandangan Alquran*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Kuswara, D. 2020. Transformasi Agama dari Ideologi Ke Politik: Brigade Tholiban di Priangan Timur Jawa Barat Indonesia. *AJIQS*, 2(1), 317-336.
- Lyansari, K. N. 2019. Hijrah Celebrity Creating New Religiosities, Branding Economics of Lifestyle in the Age of Muslim Mass Consumption. *Analisis: Jurnal Studi Keislaman*, 18(2), 211-232.
- Manzhur, I. 1999. *Lisanul 'Arab*. Bairut: Darul Ma'arif.
- Mubarok, R. I. 2017. *Hijrah Berubah Untuk Masadepan Lebih Indah*. Jakarta: Elex Media Kompetindo.
- Muna, A. A. 2020. Ekspresi Keberagaman Selebriti Hijrah: Sebuah Bentuk 'Accomodating Protest' Dan Ekonomi-Politik Dari 'Public Piety'. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 5(1), 1-16.
- Musahadah, Z. S., & Triyono, S. 2019. Fenomena Hijrah Di Indonesia: Konten Persuasif Dalam Instagram. *RETORIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 12(2), 117.
- Riesebordt. 1993. *Pious Passion*. Berkeley: University of California Press.
- Rohma, Z. F. 2020. Konstruksi Makna Hijrah dalam Akun @verlisamuslimah Perspektif Semiotika Umberto Eco Zakiya Fatihatur Rohma, 103-120.
- Rosidi. 2016. Inklusivitas Pemikiran Keagamaan Adurrahman Wahid. *Kalam*, 10(2), 445-468.
- Royyani, I. (2020). Makna Hijrah Perspektif Qur'an Dan Hadis (Telaah atas Pro-Kontra Seputar

- Hijrah di Media). *Jurnal Kaca*, 10(2), 117-132.
- Saputra, S., Pujiati, Simanihuruk, M., Ismail, R., & Sitorus, H. 2020. Gerakan Hijrah Kaum Muda Muslim di Medan (Studi Kasus Gerakan Komunitas Sahabat Hijrahku). *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial*, 12(1), 23-37.
- Sari, A. N., & Mahadian, A. B. 2018. Perilaku Komunikasi Pelaku Hijrah". *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1-21.
- Shiddiqi, N. 1996. *Jeram-Jeram Peradaban Muslim*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Shihab, M. Q. 2005. *Tafsir al-Misbah, Jilid 14*. Tangerang: Lentera Hati.
- Syarif, S. 2019. Memahami Hijrah Dalam Realitas Alquran Dan Hadis Nabi Muhammad. *Jurnal Living Hadis*, 4(2), 277.
- Thomas B. Pepinsky, R. William Liddle, and S. M. 2018. *Piety and Public Opinion: Understanding Indonesian Islam*. New York: Oxford University Press.
- Yunus, A. H. 2019. Hijrah: Pemaknaan dan Alasan Mentransformasikan Diri Secara Spiritual di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Emik*, 2(1), 89-104. Repéré à
- Yusuf, M. F. 2019. Dakwah Simbolik Hijrah dan Moderasi Islam Di Media Online. *Jurnal Aqlam*, 4(2), 164-180.
- Zahara, M. N., Wildan, D., & Komariah, S. 2020. Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial di Era Digital. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 2(1), 52-65.
- Ziaul, H. 2000. *Revelation and Revolution in Islam*. Yogyakarta: LKiS.