

**KULTUR SELEBRITI, KOMODIFIKASI DAN KESALEHAN  
NARASI HIJRAH PEGGY MELATI SUKMA**



**Oleh:**

**Kirana Nur Lyansari  
NIM: 18200010003**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**TESIS**

**Diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Master of ARTS (M.A)  
Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies  
Konsentrasi Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam**

**YOGYAKARTA  
2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kirana Nur Lyansari, S.Sos  
NIM : 18200010003  
Jenjang : Magister  
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*  
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang merujuk sumber tertentu.

Yogyakarta, 27 November 2020



Kirana Nur Lyansari, S.Sos

NIM. 18200010003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kirana Nur Lyansari, S.Sos  
NIM : 18200010003  
Jenjang : Magister  
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*  
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap menerima ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 27 November 2020



Kirana Nur Lyansari, S.Sos

NIM. 18200010003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



KEMENYERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Yelp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN YUGAS AKHIR**

Nomor : B-506/Un.02/DPPs/PP.00.9/12/2020

Yugas Akhir dengan judul : Kultur Selebriti, Komodifikasi dan Kesalehan: Narasi Hijrah Peggy Melati Sukma

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : KIRANA NUR LYANSARI, S.Sos  
Nomor Induk Mahasiswa : 18200010003  
Yelah diujikan pada : Jumat, 11 Desember 2020  
Nilai ujian Yugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**YIM UJIAN YUGAS AKHIR**



Ketua Sidang/Penguji I  
Dr. Subi Nur Isnaini  
SIGNED

Valid ID: 5fdc4bfe50eb6



Penguji II  
Najib Kailani, S.Fil.I., M.A., Ph.D.  
SIGNED

Valid ID: 5fdb6682ed8f



Penguji III  
Dr. Sunarwoto, S.Ag., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 5fdb33f2a45fc

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 11 Desember 2020  
UIN Sunan Kalijaga  
Direktur Pascasarjana  
Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D.  
SIGNED

Valid ID: 5fe0660575680

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum. wr. wb*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul :

**Kultur Selebriti, Komodifikasi dan Kesalehan: Narasi Hijrah Peggy Melati Sukma**

yang ditulis oleh :

Nama : Kirana Nur Lyansari, S.Sos  
NIM : 18200010003  
Jenjang : *Interdisciplinary Islamic Studies*  
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar *Magister of Art (MA)*.

*Wassalamu 'alaikum. wr. Wb*

Yogyakarta, 27 November 2020

Pembimbing



**Najib Kailani, M.A., Ph.D**

## ABSTRAK

Tesis ini mengkaji fenomena hijrah di Indonesia melalui narasi hijrah Peggy Melati Sukma. Fenomena hijrah di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari pengaruh selebriti yang telah mengklaim berhijrah. Akibatnya ekspresi simbol kesalehan selebriti yang banyak diakomodasi media banyak disimak, diikuti bahkan ditiru oleh kaum muda Muslim. Peggy Melati Sukma adalah salah satu selebriti yang merepresentasikan pengalaman hijrah tersebut. Penelitian ini berkontribusi terhadap studi fenomena hijrah terkait diskusi *celebrity culture* dan ustaz seleb, secara khusus memberikan kritik terhadap studi yang sudah ada sebelumnya. Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan mengkaji data yang diperoleh dari buku autobiografi, observasi offline dan online ceramah Peggy Melati Sukma.

Tesis ini menunjukkan bahwa fenomena selebriti hijrah bukan hal baru di Indonesia. Ada perbedaan konteks yang melatarbelakangi pengalaman hijrah selebriti dahulu dan sekarang, masing-masing memiliki keunikan tersendiri. Keterlibatan selebriti dalam fenomena hijrah berperan sebagai *branding* dalam acara-acara keagamaan yang populer saat ini. Dalam kasus Peggy Melati Sukma, ia banyak menggunakan *story-telling* untuk mengajak orang lain (jamaahnya) menjadi Muslim saleh dan taat. Sebagai figur penceramah baru, posisi Peggy berada dalam satu barisan penceramah populer lainnya yang biasa disebut sebagai ustaz seleb. Kemunculannya didukung oleh iklim Islam pasar yang semakin berkembang. Peggy Melati Sukma menggunakan 5 strategi untuk membentuk konstruksi otoritas keagamaan antara lain menggunakan media sosial, menulis autobiografi hijrah, membentuk komunitas hijrah selebriti perempuan Akhwat Bergerak, dakwah *roadshow*, menginisiasi yayasan sosial-kemanusiaan Khadijatee Foundation. Meski demikian, fenomena ustaz seleb tidak hanya dilihat sebagai bentuk komodifikasi semata. Ada aspek kesalehan yang perlu dipertimbangkan bahwa mereka ingin menjadikan diri sendiri dan mengajak orang lain menjadi Muslim saleh, taat dan baik.

Kata kunci: *hijrah; komodifikasi agama, kultur selebriti; otoritas baru, Peggy Melati Sukma, sedekah*

## KATA PENGANTAR

Kunci menyelesaikan tesis adalah berdamai dengan diri sendiri. Syukur alhamdulillah saya haturkan ke hadirat Allah Swt atas nikmat dan kasih sayang-Nya saya mendapat kesempatan untuk belajar dan menyelesaikan tesis dengan judul KULTUR SELEBRITI, KOMODIFIKASI DAN KESALEHAN: NARASI HIJRAH PEGGY MELATI SUKMA. Selawat dan salam senantiasa tercurah kepada baginda Nabi Muhammad saw dan keluarga serta para sahabat.

Proses penyelesaian tesis ini sempat mengalami hal-hal tidak terduga bagai drama *Train to Busan*. Saat itu saya sedang menghadapi tantangan yang sedang panas-panasnya dan telah lama saya nantikan. Saya lolos seleksi Asian Graduate Student Fellowship di National University of Singapore pada tanggal 16 Juni - 4 Juli 2020 dan menjadi mahasiswa yang berkesempatan belajar di Radboud University, Nijmegen, Belanda pada tanggal 1 April - 30 Juni 2020. Mendengar berita baik tersebut, saya berusaha mengatur waktu dan menyiapkan diri sebaik mungkin supaya tetap dapat mengikuti kedua acara tersebut sekaligus menyelesaikan tesis ini. Namun Covid-19 membuat kedua acara tersebut menjadi tidak menentu. Sementara paspor yang 'katanya' prosesnya lama dan sulit justru terbit dalam hitungan hari dari Kedutaan Belanda di Surabaya. Singkat cerita, keberangkatan saya ke Belanda ditunda dan sampai tesis ini selesai belum ada kabar. Sedangkan acara Asian Graduate Student Fellowship di NUS saya nikmati secara virtual, *tidak ada acara liburan ke patung Merlion*.

Akhirnya saya menyelesaikan tesis ini dengan menepi di rumah, yang berada di sebuah desa kecil, kecamatan Jaten, Kabupaten Karanganyar. Saat di rumah, saya justru mendapat dukungan dari berbagai pihak dalam proses penyelesaian tesis ini. Saya ucapkan terima kasih dari lubuk hati terdalam kepada keluarga tercinta, Ibu, Bapak dan adik-adik saya yang telah mendukung saya selama ini.

Pada kesempatan ini saya ucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah membantu, membimbing dan berkontribusi dalam proses penyelesaian tesis ini. Pertama, saya ucapkan kepada Bapak Najib Kailani, M.A., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk diskusi, memberi komentar dan masukan atas penelitian saya. Dari beliau, saya mendapat banyak ilmu baru dalam penelitian, terutama melihat tema diskusi dari kacamata global. Kedua, saya ucapkan terima kasih kepada Dr. Nina Mariani Noor, SS., MA., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memotivasi saya untuk tetap percaya diri dan terus berprogres. Ketiga, saya ucapkan terima kasih kepada Prof Noorhaidi Hasan, M.A., Ph.D selaku Direktur Pascasarjana yang telah beberapa kali memberikan persetujuan, rekomendasi juga masukan terkait surat-menyurat yang saya butuhkan untuk mengikuti beberapa acara.

Keempat, saya ucapkan terima kasih kepada pembimbing saya di Asian Graduate Student Fellowship ARI NUS, Dr. Yang Yang, Ph.D yang telah memberikan masukan dan saran untuk penelitian tesis saya. Beliau juga menemani saya dengan sabar saat presentasi di AGSF. Selanjutnya, saya ucapkan



terima kasih kepada dosen-dosen yang mengampu kuliah sejak awal hingga akhir, beliau Dr. Sunarwoto M.A., Prof. Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si., Dr. Munirul Ikhwan, Lc., M.A., Dr. Muhammad Yunus, Lc. M.A., Dr. Roma Ulinuha S.S., M.Hum., Dr. Muhammad Wildan, M.A., Dr. Lukas S. Ispandriarno, M.A., Drs. Bono Setyo, M.Si dan Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si.

Tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada (sebut saja) Tim 7 yang selama ini telah bersama-sama belajar dari nol. Kepada teman-teman kelas KKMI angkatan 2018 Siti Mufida, Claudia Tevy W, Khoirin Nisai S., Putik Dian L., Salwa Sofia W., dan Eko Saputra, saya ucapkan terima kasih atas perhatian dan kenangan susah senang bersama selama kuliah di Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga. Terakhir, saya ucapkan terima kasih kepada para informan: Tete Peggy Melati Sukma, Tim Garis Depan Event, Tim Majelis Dhuha Nasional dan lainnya yang telah memberikan inspirasi kepada saya untuk mengambil tema dakwahnya untuk tesis ini.

Bagi saya tesis ini menjadi bukti bahwa saya masih dalam proses belajar dan ingin terus belajar lebih banyak lagi. Komentar, masukan dan saran sangat saya butuhkan untuk memperbaiki penelitian saya selanjutnya. Semoga tesis ini memberikan sedikit gambaran dan manfaat bagi pembaca/ peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, 27 November 2020



Kirana Nur Lyansari, S.Sos  
NIM. 18200010003

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang telah mempercayai pilihan saya dan diri saya sendiri.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**MOTTO**

*'Thank you for helping me grow.'*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	x
<b>MOTTO</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>GLOSARIUM</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian .....	9
D. Kajian Pustaka.....	10
E. Kerangka Teori.....	14
F. Metode Penelitian.....	23
G. Sistematika Pembahasan .....	25
<b>BAB II HIJRAH SELEBRITI: KONTEKS TRANSFORMASI KEAGAMAAN DI INDONESIA</b> .....	27
A. Pendahuluan .....	27
B. Populerisasi Hijrah dan Selebritisasi.....	31

C. Hijrah Selebriti dan Budaya Populer di Indonesia .....	37
D. Hijrah Peggy Melati Sukma: Sebuah <i>Story-telling</i> Transformasi Keagamaan .....	42
E. Kesimpulan .....	51
<b>BAB III PEGGY MELATI SUKMA: OTORITAS KEAGAMAAN BARU</b>	
<b>PEREMPUAN DAN ISLAM PASAR .....</b>	<b>53</b>
A. Pendahuluan .....	53
B. Membangun Konstruksi Otoritas Keagamaan Baru dengan <i>Story-telling</i> .....	57
C. Strategi, Branding dan Lanskap Dakwah .....	63
D. <i>Event Organizer</i> Dakwah sebagai <i>Support-system</i> .....	74
E. Aspirasi Politik ‘Kanan’: Konservatisme dan Segmen Pasar .....	77
F. Ustaz Seleb Perempuan dan Otoritas Keagamaan Baru .....	79
F. Kesimpulan .....	83
<b>BAB IV HIJRAH, KEDERMAWANAN DAN KESALEHAN KELAS</b>	
<b>MENENGAH MUSLIM PERKOTAAN .....</b>	<b>85</b>
A. Pendahuluan .....	85
B. Duta Filantropi dan Jejaring Gerakan Kedermawanan .....	86
C. Narasi Sedekah dan Kedermawanan Umat .....	90
D. Khadijatee Foundation <i>feat</i> Akhwat Bergerak: Gerakan Sosial- Kemanusiaan .....	94
E. <i>Insyallah Jamaah Happy</i> : Branding Sedekah Kelas Menengah Perkotaan .....	102
F. Khadijatee Foundation dan Akomodasi Kesalehan .....	110
G. Kesimpulan .....	114
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>116</b>
A. Kesimpulan .....	116
B. Saran .....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>120</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>129</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Dari kiri-ke kanan adalah foto transformasi penampilan Peggy sebelum dan setelah hijrah .....	5
Gambar 1.2. Contoh poster majelis taklim Peggy Melati Sukma.....	7
Gambar 2.1. Poster Amazing Muharram 2019 .....	32
Gambar 2.2. Poster Hijrah Fest 2019 dan 2020 .....	35
Gambar 3.1. Akun instagram Peggy Melati Sukma.....	63
Gambar 3.2. Poster majelis taklim yang menghadirkan Peggy Melati Sukma sebagai pembicara .....	64
Gambar 3.3. Foto Peggy Melati Sukma dengan jamaah .....	72
Gambar 4.1. Program rumah Quran di Palestina .....	94
Gambar 4.2. Program yang dijalankan Peggy selama pandemi Covid-19.....	96
Gambar 4.3. Program pemberdayaan janda di Gaza Palestina.....	101
Gambar 4.4. Paket sedekah buku oleh Peggy .....	104
Gambar 4.5. Produk charity Khadijatee Syari Black ‘belanja sudah sedekah’	106
Gambar 4.6. Bukti program penggalangan sedekah Peggy yang telah memenuhi target.....	107
Gambar 4.7. Kajian Akbar dengan tema Palestina Indonesia .....	111

SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## GLOSARIUM

Akhwat	: berasal dari bahasa Arab, artinya perempuan.
Autobiografi	: riwayat hidup yang ditulis sendiri.
Cadar	: kain penutup muka bagi perempuan Muslim.
Channel	: nama saluran dalam Youtube.
Charity	: kegiatan amal.
CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i> adalah lembaga yang fokus kegiatannya memberikan bantuan sosial kepada masyarakat yang membutuhkan.
Dakwah	: ajakan, seruan dari tokoh agama kepada masyarakat untuk mempelajari dan mengamalkan ajaran Islam
Dhuafa	: orang-orang yang lemah secara ekonomi.
Fans	: orang yang menggemari sesuatu, bisa tokoh, kesenian atau permainan.
Fesyen	: berasal dari bahasa Inggris <i>fashion</i> , artinya ekspresi estetika yang populer pada kurun waktu tertentu, terutama gaya pakaian.
Filantropi	: layanan bantuan jangka panjang misalnya untuk mengatasi masalah cukup serius seperti ketidaksetaraan dan kemiskinan.
Followers	: dalam bahasa Inggris artinya pengikut. Di dunia media sosial istilah ini digunakan untuk melihat seberapa banyak sebuah akun diikuti oleh akun lain.
Foundation	: berasal dari bahasa Inggris, artinya yayasan.
Hijabers	: komunitas perempuan yang mengenakan hijab di media sosial.
Hijrah	: transformasi keagamaan atau meningkatnya kesadaran keberagaman dari yang sebelumnya belum taat kemudian

ingin berubah menjadi Muslim lebih baik, lebih taat dan saleh.

Jilbab atau hijab : kain yang digunakan untuk menutupi kepala wanita Muslim.

Konten : informasi yang tersedia di media.

*Live Instagram* : fitur di aplikasi media sosial Instagram di mana pengguna dapat melakukan siaran langsung sehingga dapat dilihat akun lainnya.

*New normal* : perubahan perilaku atau kebiasaan untuk tetap menjalankan aktivitas seperti biasa namun tetap menerapkan protokol kesehatan di tengah pandemi Covid-19.

*Roadshow* : berasal dari bahasa Inggris, artinya pertunjukan keliling; dalam penelitian ini, *roadshow* dakwah berarti dakwah keliling di berbagai daerah.

Seleb atau Selebriti : orang yang terkenal, biasanya seorang artis.

*Sharing* : berasal dari bahasa Inggris, artinya berbagi, sedangkan dalam penelitian ini *sharing* artinya berbagi cerita atau curhat.

*Story-telling* : berasal dari bahasa Inggris, artinya mendongeng, sedangkan dalam penelitian ini artinya menceritakan kisah pengalaman hidup.

Takjil : dalam bahasa Arab berarti menyegerakan berbuka, sedangkan di Indonesia takjil digunakan untuk menyebut hidangan yang disajikan saat berbuka puasa.

*Talkshow* : segmen program acara televisi berupa dialog santai para selebriti industri media hiburan di Indonesia.

Televangelis : penceramah keagamaan yang biasanya tampil di televisi.

Teteh : berasal dari bahasa Sunda, artinya panggilan kepada kakak perempuan.

Tren : bergaya mutakhir.





STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Tesis ini memaparkan diskusi tentang fenomena hijrah yang populer di kalangan kaum muda dan kelas menengah perkotaan. Fenomena hijrah ini dapat dilihat dari banyaknya acara kajian bertajuk hijrah beberapa tahun terakhir baik secara luring maupun daring misalnya Hijrah Festival dan Amazing Muharram. Hijrah dalam penelitian ini didefinisikan sebagai transformasi keagamaan atau meningkatnya kesadaran keberagaman dari yang sebelumnya belum taat kemudian ingin berubah menjadi Muslim lebih baik, lebih taat dan saleh.

Kaum muda mengalami proses hijrah salah satunya disebabkan karena kepanikan moral (*moral panics*). Mereka khawatir terhadap dampak negatif dari modernisasi dan globalisasi juga masa depan yang tidak pasti. Kekhawatiran tersebut mendorong kaum muda mencari solusi, *role model*, rujukan untuk melalui berbagai sumber. Agama menjadi salah satu tawaran untuk mengatasi kekhawatiran tersebut.<sup>1</sup> Mereka mulai mencari tahu bagaimana agama mengatur seluruh aspek kehidupan, baik tentang pakaian, pergaulan, kebiasaan, dan tujuan masa depan. Sebagian kaum muda ada yang memutuskan untuk meyakini ajaran agama Islam dan mulai berhijrah. Setelah hijrah, mereka menampilkan sejumlah

---

<sup>1</sup> Munirul Ikhwan, -Produksi Wacana Islam(Is) Di Indonesia: Revitalisasi Islam Publik Dan Politik Muslim, dalam *Literatur Keislaman Generasi Milenial: Transmisi, Apropriasi Dan Kontestasi*, ed. Noorhaidi Hasan (Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018); Yuswohadi et al., *Gen M #Generation Muslim "Islam Itu Keren"*, 2017th ed. (Yogyakarta: PT Benteng Pustaka, 2017).

perubahan baik pada penampilan maupun gaya hidup yang dianggap ‘lebih Islami’.<sup>2</sup>

Fenomena hijrah demikian tidak lepas dari pengaruh hijrah selebriti. Sebagian kaum muda melaksanakan hijrah karena terinspirasi dari pengalaman selebriti, yang kemudian membuat mereka mencari tahu lebih banyak tentang Islam. Selama satu dekade terakhir, sejumlah selebriti Indonesia seperti Dewi Sandra, Yulia Rachman, Peggy Melati Sukma, Risty Tagor, Dude Herlino, Tengku Wisnu, Dimas Seto, Arie Untung, Adrian Maulana, Irwansyah, Ricky Harun, Alisa Subandono, Shiren Sungkar, Dhini Aminarti, Venita Ari, Zaskia Sungkar, Kartika Putri, Cut Meriska, dan masih banyak lainnya ikut terlibat dalam populerisasi gerakan hijrah. Pengalaman hijrah selebriti tersebut banyak tersebar di berbagai media, baik televisi, buku, majalah, juga media sosial. Akibatnya banyak masyarakat yang merespons pengalaman dan kegiatan mereka. Bahkan setelah berhijrah, *followers* di media sosial selebriti tersebut semakin banyak.

Sebenarnya fenomena hijrah telah ada indikasi sejak era Orde Baru. Salah satunya adalah Rhoma Irama, yang menampilkan perubahan lebih Islami setelah pulang dari ibadah Haji. Selebriti lain yang juga berhijrah misalnya Gito Rollies dan Harry Mukti. Setelah itu, sekitar awal tahun 2000an ada ustaz seleb yang populer karena pengalaman pertaubatan mereka seperti Yusuf Mansur, Aa Gym, Arifin Ilham dan Uje. Ada juga selebriti perempuan yang berhijrah pada masa itu misalnya Inneke Koes Herawati, Neno Warisman dan Astrie Ivo. Mereka mulai mengenakan jilbab seiring meningkatnya kesadaran keberagaman mereka.

---

<sup>2</sup>Lihat Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi, *Wajah Muslim Indonesia* (Jakarta: Islami(dot)co, 2019).

Salah satu kasus, misalnya Inneke Koeshrawati, ia tidak kehilangan karir di dunia hiburan karena tidak lagi bermain film. Ia justru didapuk menjadi model busana Muslimah, produk kecantikan dan dipilih menjadi representasi gaya hidup Muslim modern di majalah Islami seperti *NooR* dan *Femina*.<sup>3</sup>

Sering kali pengalaman hijrah selebriti ditampilkan dalam acara televisi seperti di *Islam Itu Indah, Hijrah*<sup>4</sup>, juga *infotainment* saat bulan Ramadan. Acara tersebut tidak hanya menampilkan cerita atau alasan selebriti berhijrah tetapi juga bagaimana perubahan kehidupan mereka setelahnya. Kehadiran narasi hijrah di acara-acara televisi menunjukkan bahwa materi religius sampai sekarang masih diminati oleh masyarakat secara umum. Bahkan ada yang menganggap kisah hijrah selebriti sebagai sebuah kisah inspirasi yang patut dicontoh.

Fenomena di atas dapat dilihat dari munculnya komunitas-komunitas hijrah berbasis media sosial.<sup>5</sup> Sebagian besar komunitas tersebut mulai melaksanakan kegiatan taklim dan berkembang menjadi kegiatan dakwah-hobi, gerakan amal, filantropi dan lain-lain. Salah satunya adalah komunitas Pemuda Hijrah Shift yang diinisiasi oleh Ustaz Hanan Attaki. Komunitas tersebut menjadi wadah bagi kaum muda yang ingin belajar tentang Islam dengan tetap

---

<sup>3</sup> Carla Jones, -Fashion and Faith in Urban Indonesia,|| *Fashion Theory* 11, no. 2-3 (June 2007): 211-31; Carla Jones, -Images of Desire: Creating Virtue and Value in an Indonesian Islamic Lifestyle Magazine,|| *Journal of Middle East Women's Studies* 6, no. 3 (2010): 91-117.

<sup>4</sup> Tayangan Islam itu Indah dan Hijrah masih dapat dilihat di Channel YouTube Trans TV official <https://www.youtube.com/watch?v=99Y7MikfJ3A> (Diakses 18 Oktober 2020).

<sup>5</sup> Lihat Dayana Lengauer, —Sharing Semangat Taqwa: Social Media and Digital Islamic Societies in Bandung,|| *Indonesia and The Malay World* 46, no. 134 (2018): 5-23; Fatimah Husein and Martin Slama, —Online Piety and Its Discontent: Revisiting Islam Anxieties on Indonesian Social Media,|| *Indonesia and The Malay World* 46, no. 134 (2018): 30-39; Hew Wai Weng, -The Art of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and The Islammist Propagation of Felix Siauwl 46, no. 134 (2018): 61-79; Eva F Nisa, —Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia,|| *Asiascape: Digital Asia* 5, no. 1 (2018): 1-32.

memfasilitasi hobi-hobi modern. Di samping itu, Pemuda Hijrah juga bergerak menciptakan dakwah kreatif melalui poster-poster unik dan konten dakwah media sosial.<sup>6</sup>

Studi yang ada banyak melihat pengalaman hijrah dari subjek laki-laki, sedangkan subjek perempuan masih sangat terbatas. Tesis ini melihat pengalaman hijrah Peggy Melati Sukma untuk melanjutkan diskusi yang telah ada. Setelah berhijrah, Peggy meninggalkan dunia hiburan dan memutuskan menjadi seorang penceramah. Sebelum hijrah, Peggy dikenal sebagai seorang selebriti perempuan multitalenta yang populer tahun 90-an.

Selama karirnya di dunia hiburan, Peggy pernah menjadi model, pembawa acara, pemain sinetron serta aktivis sosial. Foto Peggy yang sedang mengenakan pakaian pantai pernah menjadi cover majalah *Popular* tahun 1997. Saat itu Peggy menjadi salah satu pemain sinetron yang sedang naik daun. Ia terikat kontrak dengan Starvision Production House untuk bermain tiga sinetron yang berjudul *Saat Aku Mencintaimu*, *Bakmi Ayu*, dan *Beranak dalam Kubur*. Ia juga dipercaya untuk membawakan acara *talkshow* di PH yang sama.<sup>7</sup>

Peggy pernah membintangi salah satu sinetron berjudul *Gerhana* yang cukup terkenal pada masanya. Dalam sinetron tersebut ia dikenal masyarakat luas karena karakternya yang unik dan namanya yang super panjang: *Peggy melati putih dan suci mewangi sepanjang hari seperti bidadari titisan dari pelangi*

---

<sup>6</sup> Wahyudi Akmaliah, -The Rise of Cool Ustadz: Preaching, Subcultures and the Pemuda Hijrah Movement, in *The New Santri: Challenges to Traditional Religious Authority in Indonesia*, ed. Norshahril Saat and Ahmad Najib Burhani (Singapore: ISEAS Publishing, 2020), 239–57; Muhammad Ibtissan Han, —Anak Muda, Dakwah Jalanan Dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan: Studi Atas Gerakan Dakwah Pemuda Hijrah Dan Pemuda Hidayah (Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018).

<sup>7</sup> -Peggy Melati Sukma, in *Majalah Popular*, 1997.

*berwarna-warni mejikuhibiniu merah jingga kuning hijau biru nila ungu membuat iri setiap hati yang ada di muka bumi ini karena Peggy cantik berseri-seri seperti bidadari dari pelangi hati-hati kalau jalan lewat Bogor banyak polisi kalau ketangkap nanti kepalanya jadi pusiiiiiiing.*<sup>8</sup> Sinetron ini membawa nama Peggy semakin terkenal di dunia hiburan.

Peggy memutuskan hijrah setelah mengalami masalah rumah tangga dan karir yang terjadi pada tahun 2012. Peggy mulai belajar lebih dalam tentang Islam melalui sejumlah tokoh keagamaan seperti Ustazah Irena Handono, Ustaz Yusuf Mansur, Gus Nadirsyah Hosen, Ustaz Fatih Karim dan lainnya.<sup>9</sup> Dari penampilannya yang biasa mengenakan pakaian mini, kini ia mengenakan pakaian tertutup dan berhijab. Bahkan Peggy mengganti nama panggilannya menjadi Khadijah, teman dan jamaah biasa memanggilnya dengan teteh Khadijah. Tidak lama kemudian, ia tampil dengan busana Muslimah syar'ī dengan hijab panjang yang hampir menutupi separuh tubuhnya.



Gambar 1.1. Dari kiri-ke kanan adalah foto transformasi penampilan Peggy sebelum dan setelah hijrah

<sup>8</sup> YouTube Cinta Quran TV lihat [https://www.youtube.com/watch?v=COYX\\_9pjt00](https://www.youtube.com/watch?v=COYX_9pjt00) (Diakses 18 Oktober 2020).

<sup>9</sup> Peggy Melati Sukma, *Kujemput Engkau Di Sepertiga Malam* (Jakarta: Penerbit Noura Books, 2014).

Dua tahun belakangan ini, Peggy merubah penampilannya lagi dengan mengenakan cadar.<sup>10</sup>

Salah satu acara bertajuk hijrah yang rutin menghadirkan Peggy sebagai narasumber hijrah adalah Amazing Muharram. Pada tanggal 19 Desember 2019, acara Amazing Muharram diselenggarakan di Bandung oleh Yayasan Cinta Quran. Dalam salah satu video yang diunggah di channel Youtubenanya, Peggy menyampaikan pengalaman hijrahnya kepada jamaah yang hadir sebagai berikut:

Saya pernah jadi pembalap, punya banyak, beberapa piala lah yaa. Bahkan Allah pernah ingatkan. Saya pernah kecelakaan hebat di lintasan balap. Mobil saya hancur berputar, berguling 360 derajat dan *laahaula wa laaquwwata illa billah*, Allah sudah pernah panggil dengan cara itu. Tapi kalau nggak tholabul \_ilmi, berkumpul, berjamaah, nggak sadar juga. Dipanggil dengan panggilan itu. Pada saat itu saya ingat, ada Pak Candra Alim dan lain-lain yang melihat itu. Yaa potensi selamatnya tidak besar gitu ya, tapi *masyallah*, Allah selamatkan. Saya cuma ada bengkak-bengkak. Mata saya ketusuk kaca, jahitan mungkin ada delapan. Tapi pada dasarnya saya selamat. Lalu saya juga seorang *junper*. Dulu saya bungee jumper. Saya punya penghargaan apa ... salah satu loncat yang pernah tertinggi di Indonesia. 76 meter kalau nggak salah. Pada pendidikan formal saya, *alhamdulillah*, S1 S2 saya diizinkan Allah Cumlaude, yang non-formal-nya, *laahaula wa laaquwwata illa billah*, salah satunya saya memang pernah sekolah untuk, *astaghfirullah*, saya pernah sekolah di Manchester ya di UK untuk pengolahan bir. Dan waktu itu dari murid-murid yang pernah belajar di sana sekitar 26 negara, itu saya salah satu lulus yang terbaik. *Astaghfirullahaladzim*, jadi saya mengalami macam-macam memang dalam perjalanan hidup ini. Sudah tidak ada apa-apapun yang saya inginkan dari seluruh perjalanan keadaan penciptaan saya, kecuali ingin bertemu dengan Allah dan Rasul-Nya.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Sumber foto: <https://blitz.rmol.id/read/2012/08/16/74862/peggy-melati-sukma-trauma-pasca-bercerai>; <https://www.selebupdate.com/transformasi-peggy-melati-sukma/77882>; <https://www.seputaraceh.com/22204besok-peggy-melati-sukma-isi-dakwah-di-banda-aceh/>; <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/potret-peggy-melati-sukma-yang-telah-bercadar>; [https://www.instagram.com/peggymelatisukma\\_khadijah/](https://www.instagram.com/peggymelatisukma_khadijah/) (Diakses 21 Mei 2020).

<sup>11</sup> YouTube Cinta Quran TV lihat [https://www.youtube.com/watch?v=COYX\\_9pjt00](https://www.youtube.com/watch?v=COYX_9pjt00) (Diakses 18 Oktober 2020).

Dari cerita pengalaman di atas, Peggy menyampaikan bahwa Allah memberikan peringatan kepadanya melalui berbagai cara agar dia kembali mengingatNya, namun ia tidak pernah memperhatikan. Setelah sadar mendapat teguran tersebut, ia merasa terganggu untuk mulai kembali belajar Islam.

Selain acara di atas, Peggy juga sering mengisi majelis taklim offline dan online di berbagai daerah. Di Solo misalnya, Peggy beberapa kali menjadi penceramah di majelis taklim Humaira yang diselenggarakan di Masjid Kalitan. Sementara di kota Jakarta dan sekitarnya, Peggy sering menjadi penceramah di forum khusus seperti Pengajian IWABRI (khusus internal BRI) yang diselenggarakan di Kanwil BRI Jakarta 2, Menara Mulia, Jalan Gatot Subroto Jakarta Selatan. Berikut ini contoh poster acara majelis taklim Peggy:



Gambar 1.2. Contoh poster majelis taklim Peggy Melati Sukma.

Poster di atas menunjukkan bahwa penikmat ceramah Peggy lebih didominasi masyarakat kelas menengah seperti pegawai bank. Sebelum pandemi Covid-19, Peggy biasanya menyelenggarakan dakwah *roadshow* untuk memberikan ceramah



sekaligus menggalang donasi. Namun saat pandemi, Peggy menyampaikan ceramah secara online. Sekarang, setelah *new normal*, Peggy mulai menyelenggarakan taklim dengan jumlah jamaah terbatas dan penerapan protokol kesehatan.

Kemunculan Peggy sebagai penceramah menjadi figur perempuan dalam deretan kategori penceramah baru, biasa disebut juga sebagai televangelis atau ustaz seleb. Sebelumnya sudah ada figur-figur seperti Abdullah Gymnastiar, Arifin Ilham, Yusuf Mansur dan Mamah Dedeh yang muncul pada tahun 2000an. Karakter keislaman yang mereka hadirkan cenderung bertema populer, menekankan aspek kekinian daripada kualifikasi keagamaan sebagaimana ulama-ulama sebelumnya. Sementara Peggy muncul tidak hanya sebagai penceramah, tetapi ia juga merespons isu sosial-kemanusiaan Islam melalui yayasannya, Khadijatee Foundation yang bekerja sama dengan komunitas Akhwat Bergerak. Apabila dibandingkan dengan figur lainnya, kemunculan Peggy merepresentasikan konteks yang berbeda dalam melihat fenomena hijrah di kalangan kaum muda dan kelas menengah perkotaan yang meningkat dalam satu dekade terakhir.

Penulis berargumen bahwa 1). kasus hijrah Peggy Melati Sukma menunjukkan adanya pengaruh kultur selebriti dalam fenomena hijrah di kalangan kaum muda dan kelas menengah perkotaan; 2). Peggy Melati Sukma merepresentasikan penceramah perempuan baru yang muncul di dalam iklim Islam pasar. Meski demikian, kemunculan Peggy tidak dapat dilihat sebagai komoditas semata, tetapi cenderung mewakili gagasan Muslimisme yang lebih

melibatkan aspek kesalehan individu dari pada wacana kebangkitan Islam yang bertujuan mendirikan negara Islam.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengeksplorasi lebih jauh terkait fenomena hijrah di kalangan kaum muda dan kelas menengah perkotaan melalui narasi hijrah selebriti Peggy Melati Sukma. Oleh karena itu, penelitian ini menjawab pertanyaan berikut:

1. Bagaimana perkembangan fenomena hijrah di Indonesia? Bagaimana Peggy Melati Sukma melaksanakan hijrah?
2. Bagaimana Peggy Melati Sukma membangun ketokohan dirinya sebagai penceramah perempuan baru?
3. Bagaimana Peggy Melati Sukma menyelenggarakan kegiatan amal?

## **C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskusikan pengaruh hijrah selebriti terhadap fenomena hijrah di kalangan kaum mudan dan kelas menengah perkotaan melalui narasi hijrah Peggy Melati Sukma. Fokus yang ingin dilihat dalam penelitian ini yaitu memahami secara lebih dalam mengenai perkembangan fenomena hijrah di Indonesia sejak Orde Baru dan saat ini. Kemudian, bagaimana fenomena hijrah berimplikasi melahirkan figur penceramah baru sebagai otoritas keagamaan baru. Terakhir, penelitian ini melihat peran Peggy sebagai penceramah baru dalam merespons isu sosial-kemanusiaan Islam.

Tesis ini berkontribusi dalam melihat fenomena hijrah di Indonesia secara lebih luas. Kajian-kajian yang sudah ada mengenai hijrah cenderung

eksklusif fokus pada figur laki-laki dan masih dalam konteks terbatas, yakni pasca Orde Baru. Penelitian ini melihat secara keseluruhan baik di era Orde Baru dan setelahnya. Selain itu, penelitian ini melihat fenomena hijrah untuk mengkritik perspektif Islam pasar, bahwa kemunculan selebriti hijrah dan penceramah baru tidak semata-mata komodifikasi. Di dalam fenomena hijrah terdapat aspek pengalaman spiritual dan kesalehan yang sebelumnya diabaikan oleh diskusi sebelumnya. Dengan pertimbangan tersebut, penelitian ini melihat fenomena hijrah sebagai representasi gagasan Muslimisme, yaitu memiliki orientasi membangun kesalehan personal dan tetap menyesuaikan dengan modernisasi.

#### **D. Kajian Pustaka**

Perkembangan fenomena hijrah di kalangan kaum muda Indonesia dalam satu dekade terakhir menarik perhatian sejumlah peneliti. Dari studi yang ada, saya menemukan tiga kecenderungan diskusi penelitian. *Pertama*, studi yang melihat hijrah sebagai proses pembentukan identitas dan karakter keberagamaan baru di Indonesia. Dalam penelitiannya, Sunesti dkk melihat kaum muda hijrah yang tergabung dalam komunitas Salafi-niqabi mengalami sejumlah adaptasi dalam membentuk identitasnya sebagai anggota. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kaum muda mengalami negosiasi terhadap dunia modern dan globalisasi selama menjadi anggota Salafi-niqabi. Meskipun mereka berada di dalam komunitas Salafi, mereka tetap memiliki identitasnya sebagai kaum muda milenial yang mengakomodasi modernitas.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Yuyun Sunesti, Noorhaidi Hasan, and Muhammad Najib Azca, —Young Salafi-Niqabi and Hijrah: Agency and Identity Negotiation,| *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 8, no. 2 (2018): 173–97.

Penelitian lain melihat bahwa perilaku hijrah terutama perempuan yang ingin menjadi Muslim baik, sangat kental dengan pembentukan identitas melalui penampilan. Jones dalam studinya melihat bagaimana bentuk-bentuk baru komodifikasi agama dapat mengubah ekspresi religiusitas personal. Perilaku konsumsi menjadi sejalan dengan agama karena dalam rangka membentuk Muslim taat.<sup>13</sup> Sementara Blauch dan Pramiyanti melihat bagaimana Komunitas Hijabers Indonesia menggunakan media sosial untuk membagikan gagasan mereka terkait kewajiban seorang Muslimah menutup aurat sebagaimana telah disebutkan dalam Alquran. Dengan menggunakan gambar dan teks mereka memberikan gambaran ‘ideal’ Muslimah yang cantik, muda, dan berkulit putih. Apa yang dilakukan komunitas Hijabers tersebut berimplikasi terhadap terbentuknya gagasan post-feminis di kalangan Muslim.<sup>14</sup>

Di samping itu, ada penelitian yang melihat fenomena hijabers yang populer di kalangan kaum muda pasca-Soeharto. Perubahan ekspresi keberagaman mereka lebih didominasi oleh nilai-nilai global dan norma yang terus berubah. Gagasan hijabers mempopulerkan pandangan wanita Muslim yang terbuka dengan pandangan kosmopolitan. Menurut Beta, adanya fenomena hijabers menunjukkan bagaimana kesalehan dapat dikombinasikan dengan kehidupan perkotaan yang mengglobal.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Carla Jones, -Fashion and Faith in Urban Indonesia,|| *Fashion Theory* 11, no. 2-3 (2007): 211-31.

<sup>14</sup> Emma Blauch and Alila Pramiyanti, -Hijabers on Instagram: Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman,|| 2018, 1-15.

<sup>15</sup> Annisa R Beta, -Hijabers: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves in Indonesia,|| *International Communication Gazette* 76, no. 4-5 (2014): 377-89.

*Kedua*, studi sebelumnya melihat fenomena meningkatnya semangat keberagaman dalam rangka membentuk sebuah gerakan dakwah kontemporer yang populer di kalangan kaum muda. Lengauer melihat komunitas pemuda di Bandung memanfaatkan media sosial untuk membuat gerakan kesalehan *online*, yang disebutnya sebagai semangat takwa. Platform media sosial digunakan sebagai alat komunikasi untuk mendorong partisipasi orang lain agar terlibat aktif dalam kegiatan keagamaan. Dalam analisisnya, Lengauer melihat bahwa penggunaan media sosial mempengaruhi pengalaman dan pemahaman keberagaman personal juga keterlibatan sosial yang membentuk subjektivitas Muslim kontemporer.<sup>16</sup>

Nisa dalam penelitiannya melihat penggunaan media dakwah di kalangan aktivis Muslim yang tidak berorientasi dalam kegiatan radikal. Ia fokus pada gerakan dakwah One Day One Juz (ODOJ) yang memiliki tujuan mendorong umat Islam menghidupkan lagi semangat membaca Alquran melalui aplikasi smartphone Whatsapp. Gerakan ODOJ berhasil mengumpulkan lebih dari 140 ribu *followers* baik di Indonesia maupun di luar negeri. Nisa melihat bahwa gerakan ODOJ memberikan warna baru terhadap wacana Islam publik kontemporer dan penting untuk memahami perubahan *media-scape* yang mempengaruhi keberagaman di Indonesia.<sup>17</sup>

*Ketiga*, studi sebelumnya melihat fenomena transformasi keagamaan memiliki implikasi terhadap kontestasi otoritas keagamaan di Indonesia.

---

<sup>16</sup> Lengauer, -Sharing Semangat Taqwa: Social Media and Digital Islamic Societies in Bandung. |

<sup>17</sup> Eva F. Nisa, -Social Media and the Birth of an Islamic Social Movement: ODOJ (One Day One Juz) in Contemporary Indonesia, | *Indonesia and the Malay World* 46, no. 134 (January 2, 2018): 24–43, <https://doi.org/10.1080/13639811.2017.1416758>.

Penyebaran agama di ruang-ruang publik termasuk media sosial membentuk segmen-segmen kecil otoritas agama termasuk munculnya ustaz seleb, yang tidak memiliki latar belakang pendidikan dan pengetahuan Islam otoritatif layaknya otoritas tradisional. Han dalam penelitiannya mengemukakan pendapat bahwa upaya akomodasi komunitas dakwah menyebabkan terjadinya gentrifikasi otoritas. Gerakan dakwah yang beragam membuat otoritas keagamaan berpusat pada satu sumber, pada saat yang sama semakin memperkecil segmentasi audiens.<sup>18</sup> Sementara penelitian Hoestrey melihat Aa Gym sebagai simbol munculnya gelombang penceramah-selebriiti tahun 2000an yang mempengaruhi otoritas keagamaan di Indonesia. Melalui psikologi Islami dan *tazkiyah al-nafs*, Aa Gym mampu menarik perhatian jamaah. Hubungannya dengan jamaah yang akrab menggeser bentuk tradisional yang cenderung hirarkis.<sup>19</sup>

Dari studi-studi atas, penulis bermaksud untuk melihat perkembangan fenomena hijrah di kalangan kaum muda dan kelas menengah perkotaan. Fokus yang ingin dilihat adalah peran kultur selebriti yang membuat hijrah populer dan menjadi tren keagamaan. Perbedaan tesis ini dengan penelitian sebelumnya adalah melihat figur perempuan yakni Peggy Melati Sukma (selebriiti hijrah) sebagai representasi ustaz seleb dan otoritas keagamaan baru perempuan, sedangkan penelitian sebelumnya banyak melihat figur laki-laki. Selain itu, tesis ini memberikan kritik terhadap diskusi yang memposisikan ustaz seleb dalam *frame* komodifikasi agama. Kemunculan ustaz seleb dalam iklim Islam pasar bukan

---

<sup>18</sup> Han, —Anak Muda, Dakwah Jalanan Dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan: Studi Atas Gerakan Dakwah Pemuda Hijrah Dan Pemuda Hidayah. |

<sup>19</sup> Hoestrey, James Bourk. —Marketing Morality: The Rise, Fall and Rebranding of Aa Gym. | dalam *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, ed. Greg Fealy and Sally White. Singapore: ISEAS Publishing, 2008.

sebagai bentuk komoditas semata, tetapi justru menunjukkan signifikansi kesalehan yang beradaptasi terhadap dunia modern, global, serta menyesuaikan pasar.

## E. Kerangka Teori

Diskusi mengenai hijrah sebagai sebuah transformasi keagamaan dapat dilihat dan dipahami sebagai proses pertaubatan (*repentance*). Pertaubatan berbeda dengan pemurtadan (*conversion*) atau dekonversi (*deconversion*) yang mengalami perpindahan proses keyakinan melalui penemuan ‘kebenaran baru’ baik dari Islam ke agama lain maupun sebaliknya memeluk Islam sebagai muallaf. Pertaubatan tidak melakukan perpindahan dari agama yang telah dianut. Pertaubatan lebih menekankan bagaimana individu mengatur diri untuk menjadi seorang yang lebih taat dan lebih saleh.<sup>20</sup> Pada tahap ini individu mulai membedakan antara sekuler dan religius. Sedapat mungkin individu yang bertaubat menghindari banyak hal yang dianggap sekuler tidak sesuai agama dan lebih menjalankan praktik religius dalam kehidupan sehari-hari.

Hijrah sebagai sebuah perilaku pertaubatan tidak hanya terjadi pada tingkat pemikiran tetapi juga praktik sehari-hari dengan menerapkan ide, moralitas dan kepekaan. Dalam konteks ini, pengalaman krisis dan titik balik memiliki peran penting dalam proses transformasi. Menurut van Nieuwkerk, seseorang masuk Islam atau memeluk Islam saja belum cukup, membutuhkan

---

<sup>20</sup> Juliette Galonnier, ‘-Moving in or Moving Toward? Reconceptualizing Conversion to Islam as a Liminal Process,’ dalam *Moving in and Out of Islam*, ed. Karin van Nieuwkerk (United States of America: University of Texas Press, 2018), 44–66.

perwujudan dari praktik sosial dan keagamaan.<sup>21</sup> Orang yang bertaubat dapat mulai memahami praktik-praktik ibadah seperti salat, puasa, sedekah, menunaikan haji atau lainnya sebagai bagian dari nilai moral baru bagi mereka.

Individu yang bertaubat memerlukan waktu untuk proses afiliasi dan disafiliasi, keterlibatan dan pelepasan, juga identifikasi dan disidentifikasi. Biasanya proses tersebut berkaitan dengan pembentukan identitas di dalam komunitas yang baru. Proses ini terkadang juga mengalami pasang surut sejalan dengan apa yang dialami individu bertaubat. Dengan demikian pertaubatan merupakan proses transformasi yang panjang, berkelanjutan dan bertahap. Proses transformasi tidak berlangsung secara dramatis tetapi tahap demi tahap. Di samping itu, perlu ditekankan bahwa pengalaman dan tahapan pertaubatan individu satu dengan lainnya tidak sama dan waktunya tidak dapat dipastikan.

Ada yang beranggapan bahwa proses pertaubatan adalah peristiwa pengalaman pribadi yang biasa terjadi di masyarakat. Van Nieuwkerk menolak anggapan tersebut dengan alasan bahwa peristiwa pertaubatan atau perpindahan (*conversion*) merupakan peristiwa yang besar di dalam hidup seseorang, tapi tidak sepenuhnya demikian. Ada yang mengalami pertaubatan atau perpindahan tanpa disertai oleh pengalaman krisis dan titik balik yang jelas. Sebagian masyarakat hanya menyadari pengalaman tersebut sebagai perubahan seiring waktu.<sup>22</sup> Oleh

---

<sup>21</sup> Lihat Karin van Nieuwkerk, "Piety, Penitence and Gender: The Case of Repentant Artist in Egypt," *Journal for Islamic Studies* 28 (2008): 37–65; Karin van Nieuwkerk, *Performing Piety: Singers and Actors in Egypt's Islamic Revival* (United States of America: University of Texas Press, 2014).

<sup>22</sup> Juliette Galonnier, "Moving in or Moving Toward? Reconceptualizing Conversion to Islam as a Liminal Process," dalam *Moving in and Out of Islam*, ed. Karin van Nieuwkerk (United States of America: University of Texas Press, 2018), 44–66.



karena itu, penting untuk melihat pengalaman pertaubatan ini sebagai sesuatu yang diungkapkan, dideklarasikan, dijalani dengan cara yang bervariasi.

Di Indonesia, umumnya hijrah dialami oleh kalangan Muslim perkotaan di mana mereka tidak memiliki pengetahuan agama yang cukup sehingga mengalami kekhawatiran. Akhirnya mereka menjadikan agama sebagai salah satu jalan untuk mendapat ketenangan batin dan solusi mengatasi masalah hidup. Pada tahap selanjutnya mereka menunjukkan semangat keberagamaan yang meningkat melalui berbagai cara, misalnya dengan aktif mengikuti majelis taklim dan mulai menunjukkan simbol agama dalam kehidupan sehari-hari melalui konsumsi barang-barang tertentu.<sup>23</sup> Hasan melihat fenomena ini mengarah pada bentuk Islamisme. Akibatnya banyak simbol-simbol Islam mulai tampil di ruang publik sebagai gaya hidup baru. Akhirnya, komersialisasi simbolik barang-barang religius semakin banyak terjadi. Akomodasi nilai Islam dan modernitas ini membuat Islam lebih diterima secara luas.<sup>24</sup>

Adanya perubahan aktivitas keberagamaan masyarakat sebagaimana hijrah sebenarnya bukan akibat dari kekuatan ekonomi atau pemasaran yang bagus tetapi karena adanya perubahan peraturan negara atas agama. Negara tidak lagi membatasi atau mengatur secara ketat aktivitas keagamaan di masyarakat. Di Amerika misalnya, longgarnya aturan negara memberikan peluang bagi para produsen agama seperti gereja, pengkubah, revivalis dan pemimpin sekte untuk

---

<sup>23</sup> Greg Fealy, —Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia, dalam *Expressing Islam*, ed. Greg Fealy and Sally White (Singapore: ISEAS—Yusof Ishak Institute Singapore, 2008), 15–39.

<sup>24</sup> Noorhaidi Hasan, —The Making of Public Islam: Piety, Agency, and Commodification on the Landscape of the Indonesian Public Sphere, dalam *Contemporary Islam* 3, no. 3 (October 2009): 229–50.

menyebarkan gagasan dan keyakinan mereka. Saat itu *evangelical* mulai muncul di dalam salah satu program penyiaran radio pada tahun 1930-an, kemudian muncul di televisi (televangelisme).<sup>25</sup>

Tahun 1960-an para evangelis semakin mengasah kemampuannya dan saling bersaing untuk semakin populer di pasar agama. Acara-acara keagamaan mulai diterima masyarakat dan jumlah pemirsa semakin meningkat. Tidak hanya itu, pascaperang dunia kedua agama Timur (agama di Asia) yang dibawa oleh imigran mulai diterima di Amerika. Ini membuat orang Amerika mulai mengenal dan mempelajari agama Timur. Pada masa ini agama-agama semakin memiliki akses bebas dan mulai membentuk *market religion*. Kondisi ini berimplikasi muncul pemasok agama yang semakin luas dan beragam karena mulai menggunakan berbagai fasilitas media.<sup>26</sup>

Sementara di Indonesia, fenomena televangelis bisa disebut juga ustaz seleb. Beberapa ustaz seleb Indonesia antara lain Yusuf Mansur, Aa Gym, Arifin Ilham, Uje dan Mamah Dedeh. Sebagai ustaz mereka tidak memiliki latar belakang pendidikan dan pengetahuan agama otoritatif sebagaimana yang dimiliki oleh ulama atau kiai sebelumnya. Mereka belajar Islam secara otodidak melalui berbagai sumber baik guru lain atau dari buku-buku secara otodidak setelah mengalami transformasi keagamaan (hijrah). Pengalaman transformasi keagamaan yang mereka alami menjadi dasar utama bagi mereka dalam memberikan ceramah kepada masyarakat. Ustaz seleb dapat diterima di masyarakat karena dianggap

---

<sup>25</sup> Roger Finke, *Supply-Side Changes in American Religion: Exploring The Implications of Church-State Relations* (Oxford University Press, 2010).

<sup>26</sup> Roger Finke and Laurence R. Iannaccone, —Supply-Side Explanations for Religious Change, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 527, no. 1 (May 1993): 27–39.

memiliki pengalaman yang lebih dekat dengan masyarakat, sebagai orang biasa mereka bahkan mengalami sendiri transformasi keagamaan. Sedangkan otoritas tradisional biasanya memiliki jarak terhadap jamaah sehingga membuat jamaah merasa segan.<sup>27</sup>

Otoritas keagamaan didefinisikan sebagai figur yang berperan signifikan dalam memimpin kegiatan keberagamaan seperti memimpin doa, berkutbah, mengeluarkan fatwa, mentransmisikan hadis, membentuk tradisi keilmuan Islam, dan menyediakan kebutuhan-kebutuhan umat lainnya. Masyarakat dengan sukarela dan senang hati mengikuti otoritas karena kepercayaan bahwa apa yang disampaikan adalah hal baik sesuai dengan perintah Tuhan. Di dalam agama Islam, otoritas dapat ditujukan pada seorang ulama, kiai, ustaz ataupun lembaga organisasi.<sup>28</sup>

Sebelumnya di Indonesia telah ada otoritas dalam bentuk lembaga formal seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah. Selain itu ada *habaib* (keturunan nabi) dan mufasir (ahli tafsir) seperti Haji Abdul Malik Karim Amrullah (Hamka) dan Quraish Shihab. Karakter otoritas ini lebih didominasi oleh pengetahuan otoritatif tentang Islam karena menempuh pendidikan Islam formal, umumnya dikenal sebagai Muslim saleh.<sup>29</sup> Sementara ustaz seleb lebih menonjolkan pengalaman transformasi keagamaan dan kemampuan berbicara di depan publik.

---

<sup>27</sup> Yasmin Moll, —Storytelling, Sincerity, and Islamic Televangelism in Egypt,|| dalam *Global and Local Televangelism* (New York: Palgrave Macmillan US, 2012), 21–44.

<sup>28</sup> Bryan S. Turner, —Religious Authority and the New Media,|| *Theory, Culture & Society* 24, no. 2 (March 2007): 117–34.

<sup>29</sup> Norshahril Saat and Ahmad Najib Burhani, —Introduction,|| dalam *The New Santri: Challenges to Traditional Religious Authority in Indonesia* (Singapore: ISEAS Publishing, 2020), 1–12.

Ustaz seleb semakin populer ketika ceramah mereka difasilitasi media baru seperti televisi dan internet. Kemunculan mereka sebagai penceramah berimplikasi terhadap adanya karakter baru otoritas keagamaan di Indonesia. akibatnya otoritas keagamaan saling berkontestasi dan terfragmentasi.<sup>30</sup> Dalam diskusi ini, Saat dan Burhani menyebut mereka sebagai ‘santri baru’ (*new santri*) melanjutkan teori Geertz. Penyebutan ‘santri baru’ mencakup ruang yang luas yakni baik individu maupun penceramah yang masih berusaha mempelajari ilmu agama.<sup>31</sup>

Tipe otoritas yang didukung oleh peran media sebagaimana ustaz seleb merepresentasikan tipe otoritas ketiga dari Weber yaitu otoritas karismatik. Karakter yang ditonjolkan oleh otoritas karismatik adalah daya tarik khalayak yang disebabkan oleh adanya media komersial, lebih simbolis, sedikit material, dan memiliki sesuatu yang membangkitkan karisma.<sup>32</sup> Berdasarkan pandangan tersebut, terdapat anggapan bahwa otoritas karismatik yang melalui media dianggap lebih bersifat dangkal, kurang signifikan, kurang serius dan kurang otentik jika dibandingkan dengan otoritas tradisional.<sup>33</sup> Namun, perlu diketahui bahwa kasus ustaz seleb merepresentasikan individu yang berorientasi menjadi Muslim lebih baik dan saleh, pada saat yang sama juga ingin mengajak orang lain

---

<sup>30</sup> Ahmad Najib Burhani, ‘Muslim Televangelists in the Making: Conversion Narratives and the Construction of Religious Authority,’ *The Muslim World* 110, no. 2 (June 2020): 154–75.

<sup>31</sup> Saat, Norshahril, and Ahmad Najib Burhani. ‘Introduction.’ dalam *The New Santri: Challenges to Traditional Religious Authority in Indonesia*, 1–12. Singapore: ISEAS Publishing, 2020

<sup>32</sup> Stewart M. Hoover, ‘Introduction,’ dalam *The Media and Religious Authority* (Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2016), 1–14.

<sup>33</sup> Najib Kailani and Sunarwoto, ‘Televangelisme Islam Dalam Lanskap Otoritas Keagamaan Baru,’ dalam *Ulama Dan Negara Bangsa: Membaca Masa Depan Islam Politik Di Indonesia* (Yogyakarta: PusPIDep, 2019), 179–206; Doni A Triantoro, ‘Ustaz Abdul Somad: Otoritas Karismatik Dan Media Barul’ (Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2019).

untuk bersama-sama belajar menjadi Muslim taat. Dengan demikian, kesalehan otoritas tradisional maupun karismatik tidak dapat dikatakan bersifat otentik atau tidak karena tidak memiliki ukuran yang pasti.

Modal yang dimiliki ustaz seleb penting untuk membangun otoritas keagamaan di dalam lanskap Islam pasar. Alasan yang paling mendasar adalah untuk ‘bersaing’ dengan figur lain dalam mengumpulkan jamaah atau pendengar. Sehubungan dengan hal tersebut, ustaz seleb biasanya lebih menonjolkan sifat komersial dan komoditas.<sup>34</sup> Dalam kasus ustaz Yusuf Mansur misalnya, dia mempromosikan gagasannya yakni pembentukan ‘agama kemakmuran’, menjadi Muslim kaya, sukses dan saleh. Keadaan yang sama juga terjadi di kalangan ustaz seleb lainnya, di mana mereka lebih menonjolkan kemampuan berbicara kepada jamaah dari pada pengetahuan otoritatif tentang agama Islam. Apa yang mereka katakan cukup mempengaruhi karakter keberagamaan publik dalam dekade terakhir. Penyebab paling dominan adalah pengaruh ke-tokoh-an dan populeritas mereka sebagai selebriti sehingga menjangkau publik luas. Di Barat fenomena serupa dapat dilihat dalam kasus figur selebriti seperti Madonna<sup>35</sup>, Oprah Winfrey<sup>36</sup> dan Ariana Grande<sup>37</sup> yang menggambarkan bagaimana proses produksi dan konsumsi menghasilkan perspektif agama baru.<sup>38</sup>

---

<sup>34</sup> Pauline Hope Cheong, —Religious Authority and Social Media Branding in a Culture of Religious Celebrification, dalam *The Media and Religious Authority*, ed. Stewart M. Hoover (Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2016), 81–103.

<sup>35</sup> Madonna mempopulerkan pengajaran Kabbalah orang Yahudi dan penyebarannya di Los Angeles.

<sup>36</sup> Oprah Winfrey menggunakan statusnya dan populeritasnya sebagai selebriti untuk mempromosikan kehidupan spiritual.

<sup>37</sup> Ariana Grande menyelenggarakan konser One Love dalam rangka menanggapi serangan terror di Manchester pada 2017.

<sup>38</sup> Pete Ward, *Celebrity Worship*, Media, Religion and Culture (London ; New York: Routledge, 2020), 92-93.

Beberapa sarjana melihat fenomena ustaz seleb ini sebagai bentuk komodifikasi. Dalam studinya, Muzakki berargumen bahwa ceramah umum adalah salah satu jenis komoditas simbolis, karena dengan menggunakan kemampuan berbicara dan peran media, penceramah lebih mudah untuk mendapat keuntungan (penghasilan).<sup>39</sup> Sejalan dengan Muzakki, Thomas dan Lee mengungkapkan bahwa bentuk-bentuk televangelisme kontemporer berkontribusi terhadap pembentukan pasar agama, agama dijadikan sebagai merek (*brand*).<sup>40</sup>

Televangelisme dapat dijumpai tidak hanya di tempat ibadah tetapi juga dalam media teks, gambar dan audio yang diproduksi secara besar-besaran dalam rangka menyebarkan ceramah (pengetahuan agama). Oleh karena itulah, televangelisme dianggap sebagai bentuk material yang tersedia bagi konsumen agama.<sup>41</sup> Melihat hal tersebut, agama tidak lagi bersifat intim, karena makna religius telah menjadi komoditas yang diproduksi, dipertukarkan dan dikonsumsi melalui mekanisme pasar. Fenomena ini tidak hanya terjadi dalam Islam, tetapi juga agama-agama lain di berbagai negara.<sup>42</sup>

Dalam penelitian ini, komodifikasi tidak hanya terkait ustaz seleb, busana Muslim, hiburan Islami, makanan halal, atau bank syariah tetapi juga kegiatan amal (*charity*). Hijrah sebagai proses transformasi keagamaan mendorong individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu dalam rangka membangun kesalehan. Fealy mengungkapkan bahwa masyarakat Muslim kontemporer

---

<sup>39</sup> Akh Muzakki, -Islam as a Symbolic Commodity: Transmitting and Consuming Islam through Public Sermons in Indonesia,|| dalam *Religious Commodifications in Asia*, 2007.

<sup>40</sup> Pradip N. Thomas and Philip Lee, -Global and Local Televangelism: An Introduction,|| dalam *Global and Local Televangelism* (New York: Palgrave Macmillan, 2012), 1-20.

<sup>41</sup> *Ibid.*

<sup>42</sup> Pattana Kitiarsa, -Introduction: Asia's Commodifies Sacred Canopies,|| dalam *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods* (London: Routledge, 2008), 1-12.

semakin senang menggunakan produk-produk yang memiliki label Islam. Alasannya adalah sebagai ekspresi dari keimanan mereka. Pada tahap selanjutnya mereka akan mengeksplorasi variasi keberagaman yang ada sampai menemukan yang paling sesuai dengan kebutuhan.<sup>43</sup> Salah satu praktik yang umum dilakukan di Indonesia adalah sedekah, karena sangat menekankan motif keagamaan dan kedermawanan.

Sedekah amal (*charity*) dapat diartikan sebagai layanan bantuan jangka pendek. Sedangkan filantropi merupakan layanan bantuan jangka panjang misalnya untuk mengatasi masalah cukup serius: ketidaksetaraan dan kemiskinan. Sumber bantuan dari para pendonor didistribusikan kepada penerima bantuan baik melalui organisasi lain atau langsung.<sup>44</sup> Kedua kegiatan tersebut juga mengikuti perkembangan Islam pasar karena secara historis didasarkan pada lingkungan kelas menengah atas. Dengan menyesuaikan gaya dakwah kekinian, kegiatan amal mulai dapat menjangkau segmen yang lebih luas misalnya lingkungan kelas pegawai profesional yang mapan. Beberapa kegiatan amal bahkan saling berjejaring dan menjalin kerjasama berkelanjutan.

Sedekah memiliki potensi untuk dapat dikembangkan menjadi sebuah gerakan kesalehan ketika dilakukan secara kolektif dan terorganisasi. Sebagai negara mayoritas Muslim, gerakan sedekah di Indonesia semakin berkembang dari tahun ke tahun. Salah satu faktor penyebabnya adalah adanya dukungan dari

---

<sup>43</sup> Greg Fealy, —Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia,| dalam *Expressing Islam*, ed. Greg Fealy and Sally White (Singapore: ISEAS–Yusof Ishak Institute Singapore, 2008), 26-27.

<sup>44</sup> Amelia Fauzia, —Islamic Philanthropy in Indonesia: Modernization, Islamization, and Social Justice,| *Austrian Journal of South-East Asian Studies* Vol 10 No 2 (December 30, 2017): 223-236.

lembaga-lembaga Islam yang mewujudkan gerakan sedekah melalui kerja modern dan profesional.<sup>45</sup> Kegiatan amal umumnya menggunakan macam-macam strategi demi menarik hati para pendonor. Contoh yang sekarang umum dilakukan adalah menjual barang untuk menggalang donasi dan mengumpulkan sedekah. Pihak pengelola mendapat keuntungan sekaligus pahala amal. Selain itu, pemasaran kegiatan amal juga memanfaatkan momen tertentu yang kental dengan nilai keutamaan ibadah sedekah seperti bulan Ramadan, tahun baru Islam, atau peringatan-peringatan lainnya.

#### **F. Metode Penelitian**

Waktu yang diperlukan untuk menyusun tesis ini kurang lebih selama 9 bulan terhitung sejak Desember 2019 sampai Agustus 2020. Penulis mengumpulkan data secara daring dan luring. Pengumpulan data *offline* diperoleh melalui observasi-partisipasi dengan mengikuti majelis taklim yang menghadirkan Peggy Melati Sukma sebagai narasumber, yakni acara kajian di Masjid Al Hikmah Pringgokusuman Yogyakarta pada tanggal 5 Desember 2019 dan acara launching Akhwat Bergerak di Yogyakarta Expo Center pada tanggal 14 Desember 2019. Sebelumnya penulis juga pernah menghadiri majelis taklim di Masjid Kuncen Wirobrajan Yogyakarta pada tanggal 5 November 2019 dan Masjid Mujahidin UNY pada tanggal 21 November 2019. Beberapa hal yang penulis amati adalah bagaimana Peggy menyampaikan ceramah, materi dan narasi dakwah untuk menggalang sedekah donasi serta mengamati antusiasme jamaah.

---

<sup>45</sup> Hilman Latief, -Marketizing Piety through Charitable Work: Islamic Charities and the Islamization of Middle- Class Families in Indonesia, dalam *Religion and the Morality of the Market*, ed. Daromir Rudnycky and Filippo Osella, 1st ed. (Cambridge University Press, 2017), 196–216; Hilman Latief, *Politik Filantropi Islam Di Indonesia: Negara, Pasar, Dan Masyarakat Sipil* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013).



Penulis mencoba menghubungi pihak-pihak tim yang terlibat dalam kegiatan dakwah Peggy. Ada Mbak Anisa dari Garis Depan Event, asisten pribadi Peggy dan Mbak Ami dari Majelis Dhuha. Melalui pihak-pihak tersebut, penulis mencoba mewawancarai Peggy, namun tidak berhasil karena alasan kendala waktu. Peggy harus mendatangi acara kajian selanjutnya di wilayah yang lain. Penulis mendapat kesempatan mewawancarai Mbak Ami saat menyelenggarakan acara majelis taklim Ustadzah Nevy di Masjid Kalitan Solo, namun beliau tidak berkenan untuk direkam.

Pengumpulan data secara *online* penulis lakukan melalui observasi terhadap akun Instagram Peggy yaitu @peggymelatisukma\_khadijah dan akun-akun lain yang terkait seperti @akhwatbergerakindonesia, @khadijateemuslimahsquad, @mt\_khadijatishalihah, @khadijateesyariblack, dan @khadijateefoundationindonesia. Penulis mengikuti kajian Peggy melalui siaran *live* dan mendokumentasikan (*screenshot*) postingan Peggy beserta komentar followersnya di Instagram. Beberapa kali penulis juga mendapat data melalui akun fesbuk Akhwat Bergerak Merangin. Selain melalui dua metode di atas, penulis juga memperoleh data dari buku-buku yang ditulis oleh Peggy antara lain *Luapan Cinta di Air yang Tenang*; *My Life My Hijab*; *My Amazing Hijab Journey*; *Kujemput Engkau di Sepertiga Malam (2014)*; *Kun Fayakun! Menembus Palestina (2017)*; *Kuketuk Langit dari Kota Judi Menjejak Amerika (2017)*; *Ya Rabbana, Aku Ingin Pulang (2017)*. Melalui buku-buku tersebut, penulis mendapatkan data mengenai pengalaman hijrah Peggy dan kegiatan-kegiatan yang dilakukannya sebelum dan sesudah hijrah. Apa yang disampaikan Peggy di dalam

ceramah terkait pengalaman hijrah sebagian besar telah dituliskan di dalam buku-buku tersebut.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Tesis ini tersusun atas lima bab. Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini berisi tujuh subbab pembahasan antara lain latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan signifikansi penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan terakhir sistematika pembahasan. Dalam bab ini saya menyampaikan argumen dan kontribusi penelitian.

Bab kedua menguraikan bagaimana perkembangan fenomena hijrah di Indonesia. Pembahasan dimulai dengan diskusi terkait populerisasi hijrah melalui acara-acara keagamaan. Selanjutnya penulis menyampaikan tentang selebriti hijrah yang sebenarnya bukan hal baru karena sudah ada sejak era Orde Baru. Secara khusus, bab ini menyampaikan pengalaman hijrah Peggy Melati Sukma sebagai representasi pengalaman hijrah kaum muda dan kelas menengah perkotaan yang muncul dalam iklim Islam pasar. Untuk menutup diskusi bab ini, penulis memaparkan bagaimana lahirnya Islam pasar dan *celebrity culture* memfasilitasi berkembangnya fenomena hijrah di Indonesia.

Bab ketiga menjelaskan tentang bagaimana Peggy Melati Sukma, seorang selebriti hijrah muncul sebagai figur baru penceramah perempuan. Peggy berusaha membangun konstruksi otoritas keagamaan melalui beberapa strategi dakwah. Pembahasan ini memberikan kritik terhadap diskusi mengenai televangelis dan ustaz seleb, bahwa kemunculan ustaz seleb sebagaimana Peggy tidak hanya semata-mata sebagai bentuk komodifikasi. Bab ini menyampaikan

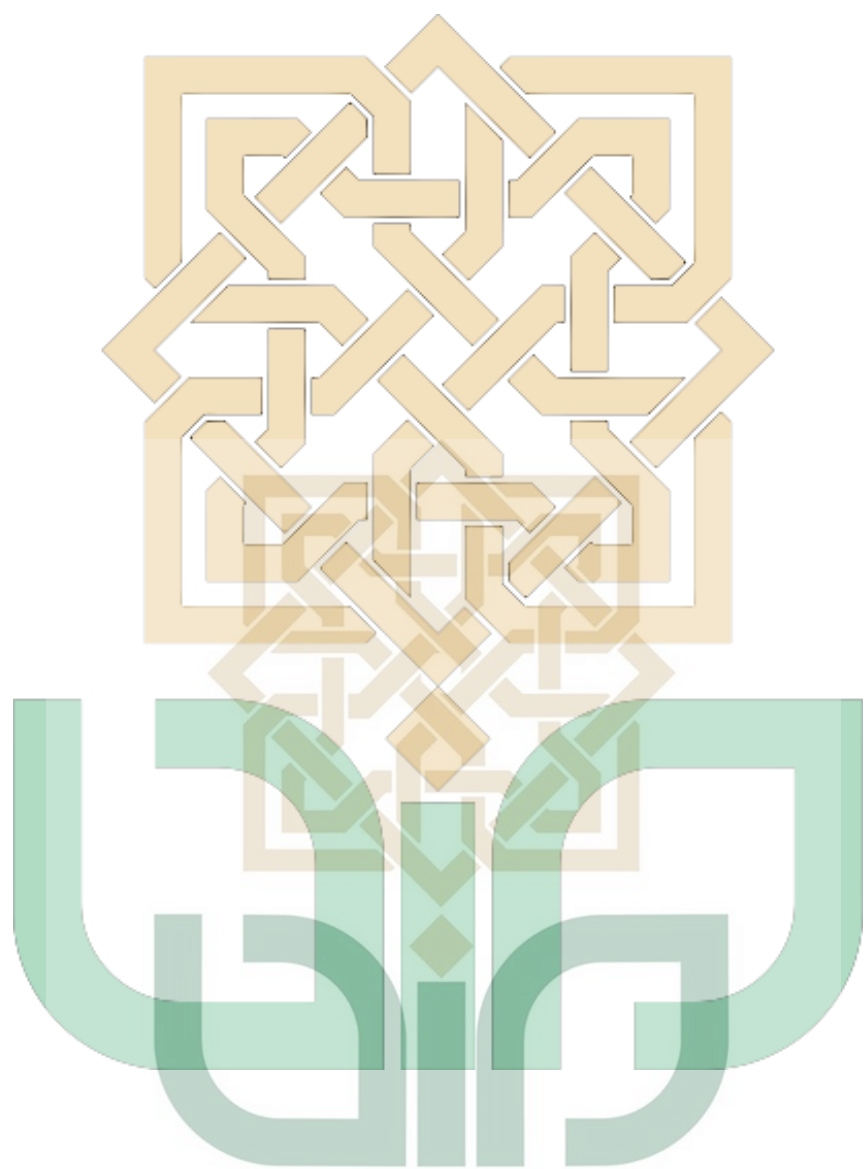
gagasan Muslimisme sebagai alternatif karena lebih mengakomodasi aspek kesalehan, dari pada menempatkannya dalam diskusi Islamisme ataupun komodifikasi.

Bab keempat menjelaskan relasi antara hijrah dan gerakan kesalehan. Pembahasan dimulai dengan pemaparan bagaimana Peggy memulai aktivitas sosial-kemanusiaan Islam sebagai duta filantropi lembaga zakat terkemuka, Dompot Dhuafa dan Aksi Cepat Tanggap. Berawal dari perannya sebagai duta filantropi Islam, Peggy memberanikan diri untuk menginisiasi beberapa program bantuan transnasional kepada negara Muslim seperti Palestina, Syiria dan Uyghur.

Bab terakhir berisi kesimpulan penelitian ini secara keseluruhan dari diskusi bab-bab sebelumnya. Di dalam bab ini, penulis menjawab rumusan masalah yang telah penulis sampaikan di bab pertama. Selain itu, penulis juga menyampaikan saran untuk peneliti berikutnya yang akan membahas topik dan objek penelitian terkait.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Tesis ini menunjukkan bahwa fenomena selebriti hijrah bukan hal yang baru di Indonesia. Meski demikian, masing-masing memiliki keunikan tersendiri. Dalam konteks era Orde Baru misalnya, semangat keberagaman Rhoma Irama tumbuh dilatarbelakangi oleh kondisi sosial-politik tidak sehat di mana praktik korupsi dan penyakit masyarakat lainnya masih banyak terjadi. Melalui grup musiknya, Rhoma Irama mulai menyampaikan pesan-pesan keagamaan dalam rangka membangun akhlak masyarakat dan memerangi penyakit sosial. Rhoma Irama juga menunjukkan perubahan penampilan dengan lebih menonjolkan simbol islami seperti mengenakan busana Muslim. Selain menggunakan musik untuk menyampaikan nilai Islam, Rhoma juga bermain film-film bertema agama.

Sementara pengalaman selebriti hijrah pasca-Orde Baru berkembang saat simbol-simbol Islam telah banyak menjangkau ruang publik. Penggunaan jilbab tidak lagi dilarang dan dianggap sebagai keterbelakangan. Perubahan tersebut disebabkan karena beberapa tokoh elit dan kelas menengah telah menggunakan jilbab dalam keseharian. Selain itu jilbab juga telah menyesuaikan fesyen global sebagaimana yang ditunjukkan dalam majalah *Noor*, *Ummi* dan *Femina*. Di samping itu, pasca-Orde Baru banyak buku-buku islami mulai diproduksi oleh penerbit Islam. Kondisi ini menciptakan terbukanya akses masyarakat luas

terhadap pengetahuan umum tentang Islam. Dengan kata lain, pengalaman hijrah pasca-Orde Baru lebih dilatarbelakangi oleh perkembangan Islam pasar.

Peggy Melati Sukma adalah salah satu artis yang mengalami hijrah saat Islam telah menjadi simbol di ruang publik. Meski demikian, pengalaman hijrah Peggy bukan karena pasar semata, ia mengalami transformasi keagamaan saat mengalami banyak masalah dalam hidupnya, termasuk rumah tangga. Peggy merasa masalah-masalah yang dialaminya merupakan teguran supaya ia kembali memperhatikan ibadahnya. Akhirnya ia mulai belajar Islam dari tokoh keagamaan dan buku-buku Islam. Setelah hijrah Peggy memutuskan berhenti dari dunia hiburan dan fokus berdakwah Islam. Peggy berubah menjadi penceramah yang aktif mengajak orang lain untuk berhijrah menjadi Muslim lebih baik dan taat melalui materi *story-telling*.

Tesis ini melihat Peggy, seorang figur penceramah baru perempuan, yang didiskusikan sebagai penyeimbang kajian sebelumnya yang cenderung eksklusif pada penceramah laki-laki. Peggy berusaha membangun ketokohan dirinya sebagai otoritas keagamaan baru melalui lima strategi dakwah: penggunaan media sosial, autobiografi hijrah, komunitas hijrah selebriti Akhwat Bergerak, kegiatan dakwah *roadshow* dan menginisiasi yayasan sosial-kemanusiaan Islam Khadijatee Foundation. Selain strategi tersebut, ketokohan Peggy juga didukung oleh adanya *event organizer* dakwah: Majelis Dhuha Nasional (MDN) dan Garis Depan Event (GDE). MDN dan GDE mendapat Peggy sebagai narasumber tetap dalam majelis taklim yang nantinya bertugas

menyelenggarakan dakwah di berbagai daerah. Dalam kasus ini, kepopuleran Peggy menjadi alasan utama mengapa ceramahnya banyak diminati jamaah.

Sebagai penceramah baru, tesis ini memosisikan Peggy dalam diskusi ustaz seleb. Studi-studi sebelumnya melihat ustaz seleb sebagai bentuk komodifikasi agama. Ustaz seleb adalah bagian dari komoditas agama yang diproduksi dan dikonsumsi publik melalui mekanisme pasar. Sedangkan aspek kesalehan tidak menjadi perhatian dalam studi sebelumnya. Diskusi bab tiga menyampaikan kritik bahwa kemunculan ustaz seleb tidak semata-mata komodifikasi, karena mereka memiliki orientasi untuk menjadi Muslim yang saleh dan juga mengajak orang lain untuk melakukan hal yang sama. Berdasarkan orientasi tersebut, tesis ini menawarkan gagasan Muslimisme sebagai alternatif bahwa individu fokus membangun kesalehan personal dengan tetap mengakomodasi modernitas dan globalisasi.

Terakhir, tesis ini melihat bagaimana Peggy juga membangun konstruksi kesalehan melalui kegiatan amal (*charity*). Peggy menginisiasi Yayasan Khadijatee Foundation dan komunitas Akhwat Bergerak dengan tujuan menggerakkan rasa kedermawanan di masyarakat secara umum (tidak berafiliasi). Melalui keduanya, Peggy membuat program bantuan yang ditujukan baik nasional maupun transnasional antara lain: pelatihan baca Quran; bantuan untuk korban bencana alam, berbagi makanan, sekolah disabilitas Gaza, bantuan pascamelahirkan dan pemberdayaan janda di Palestina. Kegiatan sedekah amal Peggy Melati Sukma dapat menjadi pilihan alternatif lembaga penyaluran sedekah dari yang telah ada sebelumnya. Dalam bab empat, penulis menekankan bahwa

gerakan sedekah Peggy memanfaatkan momentum Islam pasar, melalui konsumsi gaya hidup islami dalam rangka membangun kesalehan.

## **B. Saran**

Penulis memiliki tiga saran untuk penelitian terkait selanjutnya. *Pertama*, peneliti selanjutnya dapat melihat respons jamaah terhadap Peggy Melati Sukma sebagai penceramah baru melalui wawancara yang lebih mendalam. *Kedua*, penelitian selanjutnya dapat mendalami gerakan kesalehan perempuan seperti Akhwat Bergerak yang diinisiasi Peggy Melati Sukma. Bagaimana mereka merekrut anggota dan bagaimana mereka mengelola kegiatan CSR. *Terakhir*, peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih jauh terkait gerakan amal yang diselenggarakan Peggy Melati Sukma dalam diskusi gender melalui wawancara mendalam.







STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmaliah, Wahyudi. *Politik Sirkulasi Budaya Pop: Media Baru, Pelintiran Agama Dan Pergeseran Otoritas*. Yogyakarta: Buku Mojok, 2019.
- . -The Rise of Cool Ustadz: Preaching, Subcultures and the Pemuda Hijrah Movement.‖ dalam *The New Santri: Challenges to Traditional Religious Authority in Indonesia*, edited by Norshahril Saat and Ahmad Najib Burhani, 239–57. Singapore: ISEAS Publishing, 2020.
- Ali, Hasanuddin, and Lilik Purwandi. *Wajah Muslim Indonesia*. Jakarta: Islami(dot)co, 2019.
- Alperstein, Neil M. *Celebrity and Mediated Social Connections: Fans, Friends and Followers in the Digital Age*, 2019.
- Atia, Mona. — ‘A Way to Paradise’: Pious Neoliberalism, Islam, and Faith-Based Development.‖ *Annals of the Association of American Geographers* 102, no. 4 (July 2012): 808–27. <https://doi.org/10.1080/00045608.2011.627046>.
- . *Building A House in Heaven: Pious Neoliberalism and Islamic Charity in Egypt*. London: University of Minnesota Press, 2013.
- Baulch, Emma, and Alila Pramiyanti. -Hijabers on Instagram: Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman.‖ *Sage Journals*, 2018, 1–15.
- Beta, Annisa R. -Hijabers: How Young Urban Muslim Women Redefine Themselves in Indonesia.‖ *International Communication Gazette* 76, no. 4–5 (June 2014): 377–89. <https://doi.org/10.1177/1748048514524103>.
- Burhani, Ahmad Najib. -Muslim Televangelists in the Making: Conversion Narratives and the Construction of Religious Authority.‖ *The Muslim World* 110, no. 2 (June 2020): 154–75. <https://doi.org/10.1111/muwo.12327>.
- Cevik, Neslihan. *Muslimism in Turkey and Beyond*. New York: Palgrave Macmillan US, 2016. <https://doi.org/10.1007/978-1-137-56154-1>.
- Cheong, Pauline Hope. -Religious Authority and Social Media Branding in a Culture of Religious Celebrification.‖ dalam *The Media and Religious Authority*, edited by Stewart M. Hoover, 81–103. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2016.

- Doorn-Harder, Pieterella. *Women Shaping Islam: Reading the Qur'an in Indonesia*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 2006.
- Echchaibi, Nabil. -From Audio Tapes to Video Blogs: The Delocalisation of Authority in Islam. *Journal of Islamic Studies* 17, no. 1 (2011): 25–44.
- Einstein, Mara. *Brands of Faith: Marketing Religion in a Commercial Age*. 1st ed. Routledge, 2007. <https://www.taylorfrancis.com/books/9780203938874>.
- Fauzia, Amelia. -Islamic Philanthropy in Indonesia: Modernization, Islamization, and Social Justice. *Austrian Journal of South-East Asian Studies* Vol 10 No 2 (December 30, 2017): 223-236 Pages. <https://doi.org/10.14764/10.ASEAS-2017.2-6>.
- . -Penolong Kesengsaraan Umum: The Charitable Activism of Muhammadiyah during the Colonial Period. *South East Asia Research* 25, no. 4 (December 2017): 379–94. <https://doi.org/10.1177/0967828X17740458>.
- Fealy, Greg. -Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia. *Expressing Islam*, edited by Greg Fealy and Sally White, 15–39. Singapore: ISEAS–Yusof Ishak Institute Singapore, 2008. <https://doi.org/10.1355/9789812308528-006>.
- Finke, Roger. *Supply-Side Changes in American Religion: Exploring The Implications of Church–State Relations*. Oxford University Press, 2010. <http://oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780195326246.001.0001/oxfordhb-9780195326246-e-17>.
- Fischer, Johan. *Proper Islamic Consumption : Shopping among the Malays in Modern Malaysia*. Denmark: NIAS Press, 2008.
- . *The Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market*. New York: Palgrave Macmillan US, 2011. <http://link.springer.com/10.1057/9780230119789>.
- Galonnie, Juliette. -Moving in or Moving Toward? Reconceptualizing Conversion to Islam as a Liminal Process. *Moving in and Out of Islam*, edited by Karin van Nieuwkerk, 44–66. United States of America: University of Texas Press, 2018.
- Han, Muhammad Ibtissan. -Anak Muda, Dakwah Jalanan Dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan: Studi Atas Gerakan Dakwah Pemuda Hijrah Dan Pemuda Hidayah. *Master Thesis*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018.
- Hasan, Noorhaidi. *Islam Politik Di Dunia Kontemporer: Konsep, Genealogi Dan Teori*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2012.

- . -The Making of Public Islam: Piety, Agency, and Commodification on the Landscape of the Indonesian Public Sphere.‖ *Contemporary Islam* 3, no. 3 (October 2009): 229–50. <https://doi.org/10.1007/s11562-009-0096-9>.
- Hasyim, Syafiq. -New Contestation in Interpreting Religious Texts: Fatwa, Tafsir, and Shariah.‖ dalam *The New Santri: Challenges to Traditional Religious Authority in Indonesia*, edited by Norshahril Saat and Ahmad Najib Burhani, 48–63. Singapore: ISEAS Publishing, 2020.
- Heryanto, Ariel. *Identitas Dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2018.
- Hoesterey, James Bourk. -Marketing Morality: The Rise, Fall and Rebranding of Aa Gym.‖ dalam *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, edited by Greg Fealy and Sally White. Singapore: ISEAS Publishing, 2008.
- . *Rebranding Islam: Piety, Prosperity, and A Self-Help Guru*. Stanford, California: Stanford University Press, 2016.
- Hoover, Stewart M. -Introduction.‖ dalam *The Media and Religious Authority*, 1–14. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2016.
- . -Religious Authority in the Media Age.‖ dalam *The Media and Religious Authority*, 15–35. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2016.
- Howell, Julia Day. -Modulations of Active Piety: Professors and Televangelist as Promoters of Indonesian \_Sufisme.‖ dalam *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, edited by Greg Fealy and Sally White. Singapore: ISEAS Publishing, 2008.
- Husein, Fatimah, and Martin Slama. -Online Piety and Its Discontent: Revisiting Islam Anxieties on Indonesian Social Media.‖ *Indonesia and The Malay World* 46, no. 134 (2018): 30–39.
- Ikhwan, Munirul. -Produksi Wacana Islam(Is) Di Indonesia: Revitalisasi Islam Publik Dan Politik Muslim.‖ dalam *Literatur Keislaman Generasi Milenial: Transmisi, Apropriasi Dan Kontestasi*, edited by Noorhaidi Hasan. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018.
- Jati, Wasisto Raharjo. *Politik Kelas Menengah Muslim Indonesia*. Jakarta: Pustaka LP3ES, 2017.
- Jones, Carla. -Fashion and Faith in Urban Indonesia.‖ *Fashion Theory* 11, no. 2–3 (June 2007): 211–31. <https://doi.org/10.2752/136270407X202763>.

- . -Images of Desire: Creating Virtue and Value in an Indonesian Islamic Lifestyle Magazine.‖ *Journal of Middle East Women's Studies* 6, no. 3 (2010): 91–117.
- . -Materializing Piety: Gendered Anxieties about Faithful Consumption in Contemporary Urban Indonesia.‖ *Journal of The American Ethnological Society* 37, no. 4 (2010): 617–37.
- Kailani, Najib. -Aspiring to Prosperity: The Economic Theology of Urban Muslim in Contemporary Indonesia.‖ PhD Thesis, UNSW Australia, 2015.
- . -Creating Entrepreneurial and Pious Muslim Subjectivity in Globalised Indonesia.‖ dalam *Rising Islamic Conservatism in Indonesia*, edited by Leonard C Sebastian, Syafiq Hasyim, and Alexander R. Arifianto. London & New York: Routledge, 2020.
- . -Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia.‖ *Review of Indonesian and Malaysian Affairs* 46, no. 1 (2012): 33–53.
- . -Preachers-Cum-Trainers: The Promoters of Market Islam in Urban Indonesia.‖ In *Islam in Southeast Asia: Negotiating Modernity*. Singapore: ISEAS–Yusof Ishak Institute Singapore, 2018.
- Kailani, Najib, and Martin Slama. -Accelerating Islamic Charities in Indonesia: Zakat, Sedekah and the Immediacy of Social Media.‖ *South East Asia Research* 28, no. 1 (January 2, 2020): 70–86. <https://doi.org/10.1080/0967828X.2019.1691939>.
- Kailani, Najib, and Sunarwoto. -Televangelisme Islam Dalam Lanskap Otoritas Keagamaan Baru.‖ dalam *Ulama Dan Negara Bangsa: Membaca Masa Depan Islam Politik Di Indonesia*, 179–206. Yogyakarta: PusPIDep, 2019.
- Khariroh. -The Women's Movement in Indonesia's Pesantren: Negotiating Islam, Culture, and Modernity.‖ Ohio University, 2010.
- Kitiarsa, Pattana. -Introduction: Asia's Commodified Sacred Canopies.‖ dalam *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*. London: Routledge, 2008.
- Kloos, David. -Experts Beyond Discourse: Women, Islamic Authority, and the Performance of Professionalism in Malaysia.‖ *Journal of The American Ethnological Society* 46, no. 2 (2019): 162–75.
- Kloos, David, and Mirjam Kunkler. -Studying Female Islamic Authority: From Top-Down to Bottom-Up Modes of Certification.‖ *Asian Studies Review* 40, no. 4 (2016): 479–90.

- Kuntowijoyo. *Muslim Tanpa Masjid: Mencari Metode Aplikasi Nilai-Nilai Al-Qur'an Pada Masa Kini*. Yogyakarta: IRCiSoD, 2018.
- Latief, Hilman. -Islamic Charities and Social Activism: Welfare, Dakwah, and Politics in Indonesia. Utrecht University, 2012.
- . -Marketizing Piety through Charitable Work: Islamic Charities and the Islamization of Middle- Class Families in Indonesia. dalam *Religion and the Morality of the Market*, edited by Daromir Rudnyckyj and Filippo Osella, 1st ed., 196–216. Cambridge University Press, 2017. <https://doi.org/10.1017/9781316888704.010>.
- . *Melayani Umat: Filantropi Islam dan Ideologi Kesejahteraan Kaum Modernis*, 2017.
- . *Politik Filantropi Islam Di Indonesia: Negara, Pasar, Dan Masyarakat Sipil*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013.
- Lengauer, Dayana. -Sharing Semangat Taqwa: Social Media and Digital Islamic Societies in Bandung. *Indonesia and The Malay World* 46, no. 134 (2018): 5–23.
- Lewis, Reina. -Marketing Muslim Lifestyle: A New Media Genre. *Journal of Middle East Women's Studies* 6, no. 3 (2010): 58–90. <https://doi.org/10.2979/MEW.2010.6.3.58>.
- . *Muslim Fashion: Contemporary Style Culture*. Durham & London: Duke University Press, 2015.
- Lukens-Bull, Ronald. -Commodification of Religion and The 'Religification' of Commodities: Youth Culture and Religious Identity. dalam *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*, edited by Pattana Kitiarsa, 220–34. New York: Routledge, 2008.
- Lyansari, Kirana N. -Hijrah Celebrity: Creating New Religiosities, Branding Economics of Lifestyle in the Age of Muslim Mass Consumption. *Analisis Jurnal Studi Keislaman* 18, no. 2 (2018): 211–32.
- Mahmood, Saba. *Politics of Piety: The Islamic Revival and the Feminist Subject*. Princeton, N.J: Princeton University Press, 2005.
- Moll, Yasmin. -Storytelling, Sincerity, and Islamic Televangelism in Egypt. dalam *Global and Local Televangelism*, 21–44. New York: Palgrave Macmillan US, 2012.
- Muhammad Husain Haekal. *Sejarah Hidup Muhammad*. Jakarta: Litera AntarNusa, 2009.

- Muzakki, Akh. -Islam as a Symbolic Commodity: Transmitting and Consuming Islam through Public Sermons in Indonesia.‡ dalam *Religious Commodifications in Asia*, 2007. <https://www.taylorfrancis.com/>.
- . -Islamic Televangelism in Changing Indonesia: Transmission, Authority, and The Politics of Ideas.‡ dalam *Global and Local Televangelism*, edited by Pradip N. Thomas and Philip Lee, 45–63. New York: Palgrave Macmillan, 2012.
- Nieuwkerk, Karin van. *Performing Piety Singers and Actors in Egypt's Islamic Revival*. Unites State of America: University of Texas Press, 2014.
- Nieuwkerk, Karin van. -Piety, Penitence and Gender: The Case of Repentant Artist in Egypt.‡ *Journal for Islamic Studies* 28 (2008): 37–65.
- Nisa, Eva F. -Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia.‡ *Asiascape: Digital Asia* 5, no. 1 (2018): 1–32.
- . -Networking Humanity: Women, Piety and Philanthropy.‡ *Middle East Insight* Mei Insight, no. 198 (2019).
- Nisa, Eva F. -Social Media and the Birth of an Islamic Social Movement: ODOJ (One Day One Juz) in Contemporary Indonesia.‡ *Indonesia and the Malay World* 46, no. 134 (January 2, 2018): 24–43. <https://doi.org/10.1080/13639811.2017.1416758>.
- Nisa, Eva F. -The Internet Subculture of Indonesian Face-Veiled Women.‡ *International Journal of Cultural Studies* 16, no. 3 (2013): 241–55.
- Palmer, Catherine. -Charity, Social Justice and Sporting Celebrity Foundations.‡ *Celebrity Studies*, November 15, 2019, 1–16. <https://doi.org/10.1080/19392397.2019.1691029>.
- Pink, Johanna. -Introduction.‡ dalam *Muslim Societies in the Age of Mass Consumption: Politics, Culture, and Identity between the Local and the Global*, ix–xviii. London: Cambridge Scholars Publishing, 2009.
- Pribadi, Yanwar. -Pop and 'True' Islam in Urban Pengajian: The Making of Religious Authority.‡ dalam *The New Santri: Challenges to Traditional Religious Authority in Indonesia*, edited by Norshahril Saat and Ahmad Najib Burhani, 213–38. Singapore: ISEAS Publishing, 2020.
- Rinaldo, Rachel. *Mobilizing Piety: Islam and Feminism in Indonesia*. New York: Oxford University Press, 2013.
- Rinallo, Diego, Linda M. Scott, and Pauline Maclaran, eds. *Consumption and Spirituality*. New York: Routledge, 2013.

- Roy, Olivier. *Globalized Islam: The Search for a New Ummah*. New York: Columbia University Press, 2004.
- Rudnycky, Daromir. –Market Islam in Indonesia.‖ *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 15 (2009): S183–201.
- Saat, Norshahril, and Ahmad Najib Burhani. –Introduction.‖ dalam *The New Santri: Challenges to Traditional Religious Authority in Indonesia*, 1–12. Singapore: ISEAS Publishing, 2020.
- Slama, Martin. –Practising Islam through Social Media in Indonesia.‖ *Indonesia and the Malay World* 46, no. 134 (2018): 1–4.
- . –Social Media and Islamic Practice: Indonesian Ways of Being Digitally Pious.‖ dalam *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence*, edited by Ross Tapsell and Edwin Jurriëns. Singapore: ISEAS Publishing, 2017.
- Sofjan, Dicky. *Agama Dan Televisi Di Indonesia: Etika Seputar Dakwahtainment*. Globethics.net, 2013.
- Srimulyani, Eka. *Women from Traditional Islamic Educational Institutions in Indonesia: Negotiating Public Spaces*. IIAS Publications Series. Monographs 8. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2012.
- Sukma, Peggy Melati. *Kujemput Engkau Di Sepertiga Malam*. Jakarta: Penerbit Noura Books, 2014.
- . *Kun Fayakun, Menembus Palestina*. Jakarta: Penerbit Noura Books, 2017.
- . *My Amazing Hijab Journey*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- . *Ya Rabbana Aku Ingin Pulang*. Jakarta: Penerbit Noura Books, 2017.
- Sukma, Peggy Melati, Debbie S Suryawan, and Nana I Lystiani. *Peggy Melati Sukma: my life, my hijab*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Sunesti, Yuyun, Noorhaidi Hasan, and Muhammad Najib Azca. –Young Salafi-Niqabi and Hijrah: Agency and Identity Negotiation.‖ *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 8, no. 2 (2018): 173–97.
- Syamsiyatun, Siti. *Islamic Moderation in Indonesia: Muhammadiyah's Experience*. Edited by Abdul Mu'ti. First edition. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah Publisher, 2016.
- Thomas, Pradip N., and Philip Lee. –Global and Local Televangelism: An Introduction.‖ dalam *Global and Local Televangelism*, 1–20. New York: Palgrave Macmillan, 2012.



- Triantoro, Doni A. -Ustaz Abdul Somad: Otoritas Karismatik Dan Media Baru. || Master tesis, UIN Sunan Kalijaga, 2019.
- Turner, Bryan S. -Religious Authority and the New Media. || *Theory, Culture & Society* 24, no. 2 (March 2007): 117–34. <https://doi.org/10.1177/0263276407075001>.
- Ward, Pete. *Celebrity Worship*. Media, Religion and Culture. London ; New York: Routledge, 2020.
- Weng, Hew Wai. -The Art of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and The Islamism Propagation of Felix Siauwl 46, no. 134 (2018): 61–79.
- Wientraus, Andrew N. *Dangdut - Nusik, Identitas Dan Budaya Indonesia*. KPG, 2012.
- Willer, Ragnar K. -The Re-Spiritualization of Consumption or the Commercialization of Religion: Creativity, Responsibility, and Hope. The Case of Sunilk Clean and Fresh in Indonesia. || dalam *Muslim Societies in the Age of Mass Consumption: Politics, Culture, and Identity between the Local and the Global*, edited by Johanna Pink. London: Cambridge Scholars Publishing, 2009.
- Yuswohadi, Iryan Herdiansyah, Farid Fatahillah, and Hasanuddin Ali. *Gen M #Generation Muslim "Islam Itu Keren"*. 2017th ed. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2017.

### Sumber Internet

- Aurelia, Joan. -Merebut Ambisi Hijrah Lewat K-Pop Hingga Hapus Tato. || *Tirto.Id* (blog), May 27, 2019. <https://tirto.id/merebut-ambisi-hijrah-lewat-k-pop-hingga-hapus-tato-d5lb>.
- Haeri, Iman Zanatul. -Peta Aktor Dan Jaringan Ustadz-Artis Hijrah (5). || *Islami.Co* (blog), July 23, 2020. <https://islami.co/peta-aktor-dan-jaringan-ustadz-artis-hijrah-5/>.
- <https://hijrahfest.com/>
- <https://www.amazingmuharram.com/> (Diakses 15 Agustus 2020).
- <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180625041837-20-308761/jalan-sunyi-hari-moekti-roker-yang-menjadi-pejuang-khilafah> (Diakses 11 November 2020).
- <https://www.instagram.com/hijrahfest/> (Diakses 15 Agustus 2020).

<https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/18/06/26/paxj69415-harry-mukti-dari-panggung-musik-ke-mimbar-dakwah> (Diakses 11 November 2020).

<https://www.youtube.com/watch?v=99Y7MIkfJ3A> (Diakses 18 Oktober 2020)

[https://www.youtube.com/watch?v=COYX\\_9pjt00](https://www.youtube.com/watch?v=COYX_9pjt00) (Diakses 18 Oktober 2020).

<https://www.youtube.com/watch?v=0BNtFksjvLA> (Diakses 25 Juli 2020).

<https://www.youtube.com/watch?v=obQx93gzMOM> (Diakses 25 Juli 2020).

### **Sumber Majalah**

-Peggy Melati Sukma. | Majalah Popular, 1997.

### **Sumber Foto**

<https://blitz.rmol.id/read/2012/08/16/74862/peggy-melati-sukma-trauma-pasca-bercerai> (Diakses 21 Mei 2020).

<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/potret-peggy-melati-sukma-yang-telah-bercadar> (Diakses 21 Mei 2020).

[https://www.instagram.com/akhwatbergerak\\_jakarta/?hl=id](https://www.instagram.com/akhwatbergerak_jakarta/?hl=id) (Diakses pada 22 Agustus 2020).

[https://www.instagram.com/p/CE\\_wa0DJ3sH/](https://www.instagram.com/p/CE_wa0DJ3sH/) (Diakses 21 Agustus 2020)

<https://www.instagram.com/p/CFJLHShp12q/> (Diakses 21 Agustus 2020).

<https://www.instagram.com/p/CFJM5ACJVmr/> (Diakses 21 Agustus 2020).

<https://www.instagram.com/p/CFJO1uOpWRn/> (Diakses 21 Agustus 2020).

<https://www.instagram.com/p/CFOcK91Jtl3/> (Diakses 21 Agustus 2020).

<https://www.instagram.com/p/CFQhHptJ-58/> (Diakses 21 Agustus 2020).

[https://www.instagram.com/peggymelatisukma\\_khadijah/](https://www.instagram.com/peggymelatisukma_khadijah/) (Diakses 21 Mei 2020).

[https://www.instagram.com/peggymelatisukma\\_khadijah/?hl=id](https://www.instagram.com/peggymelatisukma_khadijah/?hl=id) (Diakses 13 September 2020)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA