

**VISUALISASI KESALEHAN KOMUNITAS
HIJRAH FEST: Hijrah dan Komodifikasi Keagamaan
dalam Media Sosial Instagram Hijrah Fest**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Disusun Oleh:

Moh Rodi
20105040089

**PROGRAM SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1121/Un.02/DU/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : VISUALISASI KESALEHAN KOMUNITAS HURAH FEST: Hijrah dan Komodifikasi Keagamaan dalam Media Sosial Instagram Hijrah Fest

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MOH. RODI
Nomor Induk Mahasiswa : 20105040089
Telah diujikan pada : Senin, 22 Juli 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Abd. Aziz Faiz, M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 66af544b1fbd



Penguji II

Hikmalisa, S.Sos., M.A.
SIGNED

Valid ID: 66b2c3ab232



Penguji III

Dr. Moh Soehadha, S.Sos.M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 66ae15d8afe



Yogyakarta, 22 Juli 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Prof. Dr. Hj. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 66bc1578aa1b

SUNAN KALIJAGA
UNIVERSITY
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh Rodi
NIM : 20105040089
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Program Studi : Sosiologi Agama
Alamat : Ba'saba'an, Batuputih Laok, Batuputih, Sumenep, Jawa Timur
Telp/HP : 081914785089
Judul Skripsi : Visualisasi Kesalahan Komunitas Hijrah Fest: Hijrah dan Komodifikasi Keagamaan dalam Media Sosial Instagram Hijrah Fest

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi dengan judul terlampir di atas benar asli karya yang saya tulis sendiri dan selama proses penyelesaiannya tidak berisi hasil karya orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya jadikan sebagai referensi.
2. Jika skripsi saya telah dimunaqsyahkan dan mendapatkan revisi, maka saya bersedia dan sanggup melakukan revisi dalam waktu 2 (dua) bulan terhitung dari tanggal munaqsyah. Apabila dalam waktu 2 (dua) bulan saya belum dapat menyelesaikan revisi yang telah diberikan, maka saya bersedia melakukan munaqsyah kembali.
3. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan plagiasi dalam skripsi saya, maka saya bersedia menerima sanksi untuk dibatalkan gelar kesarjanaan saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 29 Juni 2024

Saya yang menyatakan,



Moh Rodi
NIM. 20105040089

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Dosen Pembimbing : Abd. Aziz Faiz. M.Hum

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal : Persetujuan Skripsi Sdr. Moh Rodi

Lamp : -

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Asslamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Moh Rodi

NIM : 20105040089

Program Studi : Sosiologi Agama

Judul Skripsi : Visualisasi Kesalahan Komunitas Hijrah Fest: Hijrah dan Komodifikasi keagamaan dalam Media Sosial Instagram Hijrah Fest


Sudah dapat diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana strata satu pada Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini saya mengharap agar skripsi/tugas akhir dari saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamuataikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 29 Juni 2024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA


Abd. Aziz Faiz. M.Hum
NIP. 19890911 201801 1 002

MOTTO

-Apapun masalahmu, pulanglah sebagai seorang sarjana-

*-Tetaplah merendah sampai tidak ada yang berani
merendahkanmu-*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kepada kedua orang tuaku dan saudaraku



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Berkembangnya zaman makna hijrah mulai berubah dan bergeser menjadi sebuah *trend* perubahan yang muncul dalam komunitas-komunitas hijrah di Indonesia. Hijrah Fest merupakan salah satu komunitas hijrah yang muncul dengan memberikan sebuah pengajian yang dikonsepsi dalam sebuah festival hijrah. Komunitas Hijrah Fest seringkali memanfaatkan media sosial Instagram dalam penyebaran dakwahnya, baik dari konten-konten yang berisi video atau kutipan dari beberapa ustaz milenial yang mewarnai dalam postingan media sosial mereka. Citra kesalehan yang ditampilkan dalam media sosial Instagram mereka sering kali memanfaatkan *public figure* sebagai model konten visual mereka, disisi lain konten tersebut terdapat makna tersirat yaitu komodifikasi keagamaan yang diproyeksikan dalam sebuah *role* model dari *life style* hingga produk makanan halal.

Penelitian ini fokus pada dua rumusan masalah, yakni bagaimana bentuk citra kesalehan visual komunitas hijrah dalam media sosial Instagram Hijrah Fest, dan bagaimana komodifikasi kesalehan visual komunitas dalam media sosial Instagram Hijrah Fest. Penelitian ini menggunakan pendekatan Sosiologi Agama dengan teori Komodifikasi Agama perspektif Pattana Kitiarsa yang melihat agama lebih mewarnai dalam konteks budaya populer khususnya dalam logika pasar. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan studi netnografi. Teknik pengumpulan data dilakukan dalam tiga tahapan, yaitu investigasi, interaksi dan imersi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa temuan sebagai berikut. *Pertama*, citra kesalehan visual yang ditampilkan ada dua bentuk yaitu, kesalehan normatif dan kesalehan sebagai gerakan. Kesalehan tersebut kemudian dibangun dalam sebuah festival dengan memanfaatkan hadirnya *public figure* dan ustaz milenial untuk mendapatkan emosi masyarakat dalam proses pengumpulan masa. *Kedua*, kesalehan dikomodifikasi oleh para *public figure* untuk diproyeksikan terhadap kepentingan ekonomi mereka. Seorang muslim yang taat kepada ajaran agama digambarkan dengan berbagai *rule* model pakaian dan gaya hidup halal. Keterlibatan *public figure* dan ustaz milenial dalam komunitas Hijrah Fest secara tidak langsung menjadi wajah publik ataupun *influencer* dalam membentuk kesalehan masyarakat yang diwujudkan dalam sebuah gaya pakaian dan macam lainnya.

Kata kunci: Citra Visual, Komodifikasi Kesalehan, dan Hijrah Fest

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda nabi agung, Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah peneliti ucapkan karena telah mampu menyelesaikan penelitian tugas akhir dengan judul Visualisasi Kesalehan Komunitas: Hijrah dan Komodifikasi Keagamaan dalam Media Sosial Instagram Hijrah Fest. Peneliti menyadari dalam penelitian ini telah melibatkan banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dukungan serta motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam hal ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua terlibat, yakni:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Inayah Rohmaniyah, M.Hum.
3. Ketua dan Sekretaris Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga, Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, M.Pd., dan Ratna Istriyani, M.A.
4. Dosen Penasehat Akademik, Dr. Masroer, S. Ag. M. Si. yang telah memberikan arahan dan waktunya dari awal sampai akhir.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Abd. Aziz Faiz, M.Hum. yang telah memberikan segenap waktu dan tenaganya dalam membimbing jalannya penelitian tugas akhir ini.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga.

7. Kedua orang tua, Bapak Suhdi dan Ibu Riskiyah, terimakasih yang paling dalam, yang tiada hentinya mendoakan, mendukung, serta memotivasi sepanjang hidup peneliti utamanya pada proses penelitian tugas akhir ini.
8. Segenap teman-teman mahasiswa Program Studi Sosiologi Agama Angkatan 2020 (Amor Fatih), atas proses pembelajaran dan bantuannya dari awal sampai titik ini.
9. Kepada semua anggota Grup Anak Baik, terimakasih juga yang tiada henti memberikan motivasi untuk sampai pada titik ini.
10. Seluruh teman-teman KKN 111 Desa Tugumulya atas pengalamannya selama 45 hari hidup bersama yang penuh pembelajaran hidup.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dengan sebaik-baiknya balasan atas kebaikan yang telah diberikan. Peneliti sangat menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, maka peneliti sangat menerima kritik dan saran yang diberikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi Program Studi Sosiologi Agama, peneliti-peneliti berikutnya, seluruh masyarakat secara menyeluruh. Amin.

Yogyakarta, 29 Juni 2024

Peneliti

Moh Rodi

20105040089

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KESALIAN	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka.....	8
E. Kerangka Teori.....	16
F. Metode Penelitian.....	25
G. Sistematika Pembahasan	32

BAB II RUANG PUBLIK ISLAM, LAMAN INSTAGRAM HIJRAH FEST DAN AKTOR PENGGERAK	35
A. Ruang Publik Islam	35
B. Laman Instagram Hijrah Fest	40
C. Agenda Hijrah Fest.....	44
D. Tokoh-tokoh Penggerak Hijrah Fest.....	48
BAB III VISUALISASI KESALEHAN PUBLIK DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HIJRAH FETS	56
A. Bentuk-bentuk Kesalehan Visual dalam Media Sosial Instagram Hijrah Fest.....	57
B. Kesalehan, Ekonomi dan Festivalisasi	64
C. Citra Sebagai Kesalehan Publik	70
BAB IV KONSTRUKSI CITRA KESALEHAN DAN KOMODIFIKASI AGAMA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HIJRAH FEST	77
A. Demonstrasi Halal Lifestyle dalam Media Sosial Instagram Hijrah Fest.....	77
B. Relasi Agama dan Pasar dalam Hijrah Fest.....	82
C. Komodifikasi Kesalehan dalam Citra Visual Media Sosial Instagram Hijrah Fest	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	110
A. KESIMPULAN.....	110
B. SARAN.....	112
DAFTAR PUSTAKA	115
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Profil Instagram Hijrah Fest	43
Gambar 2. 2. Poster acara Hijrah Fest di Bandung.....	46
Gambar 2. 3. Poster acara Hijrah Fest di Jakarta.....	47
Gambar 2. 4 Profil Instagram Arie Untung.....	49
Gambar 2. 5. Profil Instagram Ricky Harun.....	51
Gambar 2. 6. Profil Instagram Teuku Wisnu.....	52
Gambar 3. 1. Postingan Instagram Hijrah Fest	59
Gambar 3. 2. Postingan Instagram Hijrah Fest	60
Gambar 3. 3. Postingan Instagram Hijrah Fest	62
Gambar 3. 4. Pengisi stand sekaligus salah satu sponsor Hijrah Fest	66
Gambar 3. 5. Sharing Session bersama Teuku Wisnu dan Shireen Sungkar	68
Gambar 3. 6. Suasana Shalat Berjamaah dalam Acara Hijrah Fest.....	69
Gambar 3. 7. Postingan Instagram Hijrah Fest	72
Gambar 3. 8. Postingan Instagram Hijrah Fest	73
Gambar 3. 9. Postingan Instagram Hijrah Fest	75
Gambar 4. 1. Postingan Instagram Hijrah Fest	79
Gambar 4. 2. Postingan Instagram Hijrah Fest	80

Gambar 4. 3. Postingan Instagram Hijrah Fest	85
Gambar 4. 4. Postingan Instagram Hijrah Fest	87
Gambar 4. 5. Postingan Instagram Hijrah Fest	88
Gambar 4. 6. Postingan Instagram Hijrah Fest	90
Gambar 4. 7. Postingan Instagram Hijrah Fest	93
Gambar 4. 8. Postingan Instagram Hijrah Fest	94
Gambar 4. 9. Postingan Instagram Hijrah Fest	96
Gambar 4. 10. Pembacaan Puisi tentang Palestina	100
Gambar 4. 11. Postingan Instagram Hijrah Fest tentang Pesan Dakwah.....	105
Gambar 4. 12. Postingan Instagram Hijrah Fest tentang Quates Islami	106



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Data gambaran Instgaram Hijrah Fest 41

Tabel 2. 2. Data acara Festival Hijrah Fest 44



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gerakan komunitas hijrah sering kali memanfaatkan media sosial dalam upaya mengajak masyarakat untuk melaksanakan hijrah. Berbagai macam konten yang ada dijadikan instrumen dalam menggaet masyarakat untuk berhijrah. Konten yang ditampilkan dengan cara menggunakan media sosial merupakan salah satu cara dalam memperlihatkan citra visual komunitas hijrah mereka. Konten tersebut memuat berbagai macam hal, baik yang terkait dengan relasi vertikal antara manusia dengan Tuhannya (*hablun min Allah*), maupun relasi manusia dengan sesama manusia (*hablun min Annas*). Hadirnya beberapa artis *entertainment* yang sudah berhijrah, menjadi sosok penting dalam menampilkan citra diri mereka. Keberadaan para artis menjadi daya tarik tersendiri dalam konteks hijrah, bagaimana mempersuasi masyarakat untuk berhijrah melalui konten yang diberikan. Kegiatan sehari-harinya yang berbau Islami ataupun gaya pakaian yang berubah, dari yang tidak menutup aurat menjadi pakaian yang menutup aurat.

Hijrah kemudian berkembang menjadi salah satu *trend* yang terlihat dalam salah satu agenda festival besar di Indonesia, salah satunya komunitas Hijrah Fest. Gerakan ini merupakan komunitas hijrah sekaligus nama *event* dengan konsep bernuansa Islami. Hijrah Fest mengemas *event* mereka

dengan kegiatan-kegiatan yang lebih inovatif dan variatif dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana transmisi informasi *event* mereka. Selain itu, acara Hijrah Fest juga dikemas dengan citra visual yang sangat menarik dan kekinian yang menampilkan wujud dirinya dalam komunitas pengajian.¹ Acara ini seiring berjalannya waktu mampu menarik atensi publik dengan memanfaatkan beberapa ustaz dan juga beberapa artis nasional. Acara Hijrah Fest juga mampu menarik atensi masyarakat terutama kalangan milineal yang terbukti dalam beberapa acara penjualan tiket yang disediakan habis terjual.²

Komunitas Hijrah Fest secara garis besar tidak hanya semata-mata muncul karena kesadaran baru agama, tetapi juga keinginan status sosial dari kelompok tertentu. Keinginan tersebut hadir dan menjelma dalam berbagai konsep yang dibawa dalam acara festival tersebut, seperti menghadirkan pasar yang terdiri dari beberapa stand penjualan pakaian. Kegiatan Festival tersebut secara implisit telah melahirkan gaya hidup baru, dengan hadirnya beberapa sosok *public figure* seperti artis yang berhijrah telah menjadi sosok penting dalam komunitas hijrah tersebut.³ Festival Hijrah Fest juga

¹ Hari Putra. "Komudifikasi Hadis Hijrah Fest (Studi Kasus Instagram Hijrah Fest)". Tesis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2021, hal 56-58.

² Thiyas Tono Taufiq, Royanulloh Royanulloh, dan Komari Komari. "Tren Hijrah Muslim Perkotaan di Media Sosial: Konstruksi, Representasi dan Ragam Ekspresi". Fikrah. 2022.

³ Surya Fachrizal . Hijrah Fest 2018, "Islam sebagai Life Style Cool dan Gagalnya Paham Liberal". <https://hidayatullah.com/feature/kisah-perjalanan/2018/11/13/154653/hijra-fest-2018-islam-sebagai-life-style-cool-dan-gagalnya-paham-liberal.html>. Diakses pada tanggal 29 Januari 2024.

menyelenggarakan pameran dengan jumlah kurang lebih dari 100 *brand* produk halal, *Talk Show*, *meet & greet* hijrah, *fashion show*, dan program penghapusan tato. Festival Hijrah Fest juga mengundang pemuka agama yang aktif dalam dakwah milenial, seperti Ustaz Abdul Somad, Ustaz Aldi Hidayat, dan beberapa ustaz lainnya. Motivasi-motivasi atau pesan-pesan yang diberikan oleh para ustaz tersebut telah memberikan gambaran tentang jawaban atas pencarian identitas masyarakat muslim urban untuk mengekspresikan kesalehan mereka dengan hadirnya komunitas Hijrah Fest.⁴

Konten media sosial Instagram dalam komunitas Hijrah Fest, selain berisi mengandung ajakan untuk berhijrah, terdapat makna lain yaitu mengandung unsur kepentingan ekonomi. Konsep dalam proses dakwah Hijrah Fest yakni mengemas dengan berbagai konsep dakwah yang dibarengi dengan festival bazar. Beberapa stand penjualan dari *brand* pakaian turut juga hadir untuk memeriahkan acara mereka. Keadaan tersebut secara tidak langsung terdapat unsur kepentingan ekonomi yang pada akhirnya memunculkan tindakan komodifikasi agama. Hijrah diidentikkan dengan berbagai sesuatu yang menunjukkan religiusitas individu yang ditandai dengan perubahan *fashion* dari yang sebelumnya tidak menggunakan hijab kemudian memutuskan untuk berhijab. *Trend* hijrah kemudian menjadi sebuah gaya hidup baru yang keren dan kekinian, dalam konteks yang demikian, hijrah bukan

⁴ Irfan Teguh. [Kegersangan Spiritual: Pemicu "Hijrah" & Kesalehan Muslim Urban \(tirto.id\)](https://tirto.id). Diakses pada tanggal 9 Februari 2024.

lagi sekedar perubahan spritualitas seseorang, melainkan juga sebagai perubahan gaya hidup (*lifestyle*) yang lebih baik.⁵

Komunitas Hijrah Fest selain melibatkan para ustaz dan *public figure* seperti artis, Hijrah Fest juga memanfaatkan pasar anak muda melalui strategi visual dalam mengkonstruksi citra kesalehan khususnya dalam ruang-ruang virtualitas budaya. Strategi ini mampu menjadi salah satu faktor untuk memanfaatkan pasar anak muda, terbukti berbagai komunitas *lifestyle* dimanfaatkan sebagai instrumen untuk menyita atensi minat anak muda, dan juga berbagai *brand* pakaian dan *merchandise* ala anak muda juga terlihat dominan saat mengisi event Hijrah Fest.⁶ Komunitas Hijrah Fest juga menghadirkan beberapa stand penjualan yang lain untuk dijadikan sebuah peluang besar dalam pasar muslim, peluang tersebut dijadikan lahan keuntungan bisnis atas nama agama. Pemilik produk memanfaatkan dengan sebaik mungkin dalam menyebarkan produk mereka dengan konsep agamis yang sesuai syariah, sehingga aspek material dari agama sendiri menjadi eksklusifitas dan privatisasi dalam agama Islam. Keagamaan yang seharusnya berorientasi terhadap nilai-nilai kebajikan di jadikan alat untuk mendapatkan keuntungan secara komersial.

Festival hijrah yang diadakan oleh komunitas Hijrah Fest secara tidak langsung berfungsi sebagai instrumen memasarkan produk-produk kepada jama'ah mereka, disisi lain

⁵ Nanang Mizwar Hasyim. "Social Media and the Hijrah Phenomenon : Construction of Islamic Identity on Social Media in Indonesia". Kalijaga International Journal of Social Sciences and Humanities. 2022.

⁶ Hari Putra. *Komodifikasi Hadis Hijrah Fest...*, hal 62.

juga menampilkan citra diri komunitas mereka dengan *lifestyle* yang mereka gunakan. Festival hijrah tersebut merupakan instrumen yang dijadikan sebagai media dan panggung dengan tujuan untuk memasarkan produk-produk yang mereka tampilkan, yang dikemas dengan citra keagamaan untuk menutupi kepentingan ekonomi mereka. Agama yang pada hakikatnya menjadi pedoman hidup dan petunjuk, kemudian bergeser menjadi komoditas yang memiliki nilai tukar (ekonomis). Agama dan pasar merupakan dua entitas yang saling menyatu dan tidak bisa dipisahkan, sebab dakwah sebagai salah satu wilayah keagamaan yang dijadikan pasar untuk transaksi kepentingan ekonomi dengan dikemas atas nama agama.⁷

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penelitian ini memiliki urgensi untuk diteliti. Penelitian ini pada akhirnya diorientasikan untuk memberikan tambahan wawasan dan perspektif yang baru dengan eksistensi fenomena hijrah dan komodifikasi keagamaan dalam media sosial Instagram, khususnya dalam memberikan dorongan atau tindakan masyarakat untuk berhijrah. Di sisi lain juga menunjukkan bahwa dengan adanya komunitas hijrah yang semakin marak dilakukan dalam media sosial akhir-akhir ini, memiliki peran besar terhadap dinamisasi zaman. Keberadaan komunitas hijrah seperti Hijrah Fest menandakan bahwa gerakan-gerakan

⁷ Hofizal Wadi dan Roy Bagaskara, "Perjumpaan Pasar dan Dakwah: Ekspresi Kesalehan Anak Muda dan Komodifikasi Agama di Muslim United Yogyakarta". *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*. 2022.

keislaman masih ada dan disebarluaskan. Tetapi, diperhatikan juga bahwasanya dalam suatu komunitas perlu dilihat dan dikaji gerakan komunitas hijrah tersebut tidak hanya melakukan dakwah-dakwah, tetapi juga terdapat unsur komodifikasi agama yang bertujuan untuk kepentingan transaksional ekonomi mereka sendiri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, agar pembahasan lebih terfokus, maka rumusan masalah yang difokuskan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk citra kesalehan visual komunitas hijrah dalam media sosial Instagram akun Hijrah Fest?
2. Bagaimana komodifikasi kesalehan visual komunitas hijrah dalam media sosial Instagram akun Hijrah Fest?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pemetaan citra kesalehan visual yang ditampilkan komunitas Hijrah Fest dalam media sosial Instagram mereka. Lebih lanjut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengklasifikasi citra kesalehan yang dikonstruksi oleh mereka dalam media sosial Instagram Hijrah

Fest. Kesalahan yang dikonstruksikan dengan menampilkan ritual-ritual keagamaan maupun gaya *lifestyle* yang digunakan.

- b. Menganalisis proses komodifikasi kesalahan visual dalam media sosial Instagram Hijrah Fest. Komodifikasi kesalahan visual yang dianalisis berkaitan dengan proses dakwah mereka yang berkaitan dengan relasi pasar dan agama. Hal ini penting untuk dilihat, sebab komodifikasi kesalahan visual merupakan proses yang tidak hanya mencitrakan terhadap sebuah komunitas hijrah dalam dakwahnya, tetapi juga mengandung unsur kepentingan ekonomi.

2. Kegunaan

Pada hasil penelitian ini nantinya tentu memiliki sebuah kegunaan baik secara teoritis maupun praktis sebagaimana berikut:

a. Kegunaan teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya kajian keilmuan dalam bidang Sosiologi Agama yang tidak hanya terpaku pada fenomena hijrah atau gerakan keislaman semata, tetapi juga pada proses bagaimana sebuah agama dikomodifikasi sedemikian rupa sebagai salah satu cara untuk meraih kepentingan ekonomi. Penelitian ini menampilkan sisi lain komunitas hijrah, bahwa komunitas hijrah tidak hanya menyebarkan proses dakwah saja. Tetapi, mengandung unsur

komodifikasi yang bertujuan dalam kepentingan ekonomi.

b. Kegunaan Praktis

Sementara kegunaan dalam ranah praktis, melalui penelitian ini diharapkan mampu membuka wawasan pengetahuan dan pemikiran masyarakat secara umum dalam memberikan dorongan atau ajakan dalam berhijrah. Terlebih lagi dalam proses berhijrah, supaya tidak menghilangkan eksistensi dalam beragama. Di sisi lain penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu referensi atau rujukan untuk penelitian berikutnya dalam bidang keilmuan sosiologi agama.

D. Kajian Pustaka

Penelitian yang berkaitan dengan fenomena hijrah dan komodifikasi keagamaan sejatinya sudah banyak dilakukan oleh para peneliti lainnya. Guna menunjukkan orisinalitas penelitian ini terhadap penelitian sebelumnya, maka peneliti melakukan kajian pustaka. Kajian pustaka berfungsi sebagai alat ukur dan gambaran proses penelitian bagi penulis. Beberapa penelitian tersebut memiliki kemiripan pada sisi objek material, formal, maupun pisau analisis.

Penelitian pertama dilakukan oleh Muh Rizki Zailani, dkk. Jurnal yang berjudul “Komodifikasi Agama Sebagai Identitas Kesalehan Sosial”. Hasil penelitian menunjukkan terdapat lima pola dalam fenomena komodifikasi agama, yaitu membranding produk ataupun jasa dengan nuansa Islami,

menawarkan fasilitas muslim dalam beribadah dengan memudahkan walaupun biayanya diatas standar, membatasi aktivitas yang tidak Islami sebagai bentuk pelayanan Islami mereka, menampilkan simbol-simbol keagamaan sebagai tanda produk mereka, dan yang terakhir terdapat framing dalam media promosi dengan anggapan kepatuhan terhadap ajaran agama dengan membeli atau mengkonsumsi produk mereka.⁸ Perbedaan dan persamaan penelitian ini adalah dari segi pisau analisis yang digunakan sama-sama menggunakan komodifikasi agama, tetapi yang membedakan adalah objek kajian yang secara khusus lebih umum pada penelitian sebelumnya. Penelitian ini lebih difokuskan kepada komunitas Hijrah Fest dalam Instagram mereka, dan juga penelitian tidak hanya membahas dari segi komodifikasi agama saja, tetapi nantinya lebih dikhususkan membahas citra kesalehan visual yang mereka bangun untuk membranding atau menampilkan citra mereka dalam media sosial Instagram.

Penelitian kedua oleh Firdhausy Amelia, dkk yang berjudul “Peran Media Baru Dalam Kegiatan Hijrah Fest”. Penelitian bertujuan untuk mengetahui apa saja peran yang dimiliki oleh media baru dalam kegiatan Hijrah fest, dan juga penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah media sosial Instagram menjadi peran utama dalam berdakwah, selain itu juga berfungsi sebagai media komunikasi antara pihak Hijrah Fest kepada publik, baik

⁸ Muh Rizki Zailani dan Roma Ulinnuha. "Komodifikasi Agama sebagai Identitas Kesalehan Sosial". Jurnal Riset Agama. 2023.

dari transaksi jual beli dari beberapa stand pameran kepada pengunjungnya.⁹ Perbedaan dan persamaan penelitian ini adalah dari objek penelitian yaitu sama-sama mengkaji komunitas Hijrah Fest dalam media sosial Instagram, tetapi yang membedakan adalah dari segi pisau analisis. Penelitian sebelumnya hanya berfokus pada peran media baru dalam kegiatan Hijrah Fest, sedangkan penelitian ini mengkaji tentang citra kesalehan visual yang ditampilkan dalam media sosial Instagram Hijrah fest dan juga melihat proses komodifikasi agama yang ada pada komunitas Hijrah Fest.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Hari Putra Z, tesis yang berjudul “Komudifikasi Hadis Hiiijrah Fest (Studi Kasus Instagram Hijrah Fest)”, penelitian bertujuan untuk membaca fenomena agama, khususnya hadits yang digunakan sebagai perangkat utamanya untuk dijadikan sebagai ideologisasi dalam mengkomersilkan dalam media sosial Instagram Hijrah Fest. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya Hijrah Fest mampu memanfaatkan narasi-narasi hadits sebagai landasan dalam komoditi baru, yang bisa diambil dari teks-teks hadits untuk memasarkan produk mereka.¹⁰ Perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama mengkaji atau meneliti komunitas Hijrah Fest dalam media sosial Instagram mereka,

⁹ Firdhausy Amelia, Kamalludin Kamalludin, dan Maya May Syarah. “Peran Media Baru dalam Kegiatan Hijrah Fest”. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah*. 2020.

¹⁰ Hari Putra. "Komudifikasi Hadis Hijrah Fest (Studi Kasus Instagram Hijrah Fest)". Tesis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2021.

dan yang membedakan adalah penelitian sebelumnya lebih mengkaji narasi hadits yang digunakan dalam memasarkan produk mereka. Penelitian ini yang membedakan yaitu penelitian ini mengkaji tentang citra kesalehan visual yang ditampilkan dari media sosial Instagram mereka dan juga nantinya mengkaji proses komodifikasi agama dari media sosial Instagram Hijrah Fest.

Penelitian keempat oleh Muhammad Iqbal Julian, yang berjudul “Ideologisasi Hijrah di Media Sosial: Aktivisme Digital, Komodifikasi Agama, dan Dominasi Konservatif”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kajian keagamaan tentang hijrah dalam media sosial tidak hanya terletak pada pemahaman teks-teks agama, tetapi juga terdapat unsur komodifikasi agama. Hijrah yang awalnya sebagai proses meninggalkan sesuatu yang lama (tidak baik) dan menuju kondisi yang baru (lebih baik) sesuai syariat agama, dalam perkembangannya hijrah menjadi sebuah transformasi yang dapat dilihat dari pakaian (*lifestyle*), pekerjaan dan model relasi sosial. Fakta yang tidak bisa dilepaskan dari sebuah arus ideologi hijrah dalam media sosial adalah dengan dominasinya kelompok konservatif, sehingga pemahaman tentang hijrah cenderung lebih dipahami dari sudut parsial dan bersifat oposisi biner.¹¹ Perbedaan dan persamaan penelitian ini adalah sama-sama melihat fenomena komodifikasi agama dalam sebuah komunitas hijrah, yang membedakan adalah dari segi objek

¹¹ Muhammad Iqbal Juliansyahzen. "Ideologization of Hijrah in Social Media: Digital Activism, Religious Commodification, and Conservative Domination". Millah: Journal of Religious Studies. 2023.

penelitian sebelumnya lebih umum. Penelitian ini difokuskan kepada komunitas Hijrah fest dalam media sosial Instagram mereka, dan juga mengkaji bagaimana bentuk visualisasi citra kesalehan diri mereka dalam media sosial instagramnya.

Penelitian kelima oleh Thiyas Tono Taufiq, dkk yang berjudul “Tren Hijrah Muslim Perkotaan di Media Sosial: Konstruksi, Reprsntasi dan Ragam Ekspresi”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual dan pisau analisis yang digunakan adalah teori represntasi sosial. Hasil peneletian menunjukkan terdapat empat poin yang mengandung banyak makna dan beraneka ragam ekspresi yang ditampilkan. Pertama, hijrah dijadikan alat sebagai cara akun mereka lebih populer. Kedua, hijrah dijadikan sebagai pemaknaan eksistensi diri mereka. Ketiga, hijrah merupakan perubahan bentuk diri mereka dari berpakaian sampai persoalan pendidikan agama. Keempat, hijrah merupakan reprsntasi diri mereka.¹² Adapun perbedaan dan persamaan penelitian ini adalah sama-sama melihat *trend* hijrah dalam media sosial Instgram, sedangkan yang membedakan adalah objek kajian dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini lebih difokuskan terhadap komunitas Hijrah Fest dalam media sosial Instgram mereka dengan mengkaji tentang citra kesalehan visual yang mereka tampilkan dan juga mengkaji proses komodifikasi agama dalam komunitas Hijrah Fest.

¹² Thiyas Tono Taufiq, Royanulloh Royanulloh, dan Komari Komari. "Tren Hijrah Muslim Perkotaan Di Media Sosial: Konstruksi, Representrasi Dan Ragam Ekspresi". Fikrah. 2022.

Penelitian keenam oleh Eko Saputa, dkk dengan judul penelitian “Komodifikasi Produk Keagamaan: Studi di Komunitas Teras Dakwah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya terdapat etika kapitalisme Islam yang direduksi menjadi penyebaran global kapitalisme dan neoliberal pasar bebas, dengan mekanisme market *religious* yaitu memposisikan dirinya sebagai *religious entrepreneur* dan juga komoditas tidak hanya digunakan dalam bentuk ketakwaan saja, tetapi lebih dari itu sebagai bentuk ikatan antara komunitas, ekspresi diri, identitas, kesenangan dan gaya hidup mereka.¹³ Perbedaan dan persamaan penelitian ini adalah sama-sama melihat proses komodifikasi agama dalam proses penyebaran dakwahnya, tetapi yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah objek yang diteliti dari penelitian ini komunitas Hijrah fest dalam media sosial Instagram mereka. Penelitian ini juga tidak hanya membahas proses komodifikasi agama saja, tetapi juga membahas tentang citra kesalehan visual mereka yang ditampilkan dalam media sosial Instagram Hijrah Fest dalam menyebarkan ajakan untuk berhijrah.

Penelitian ketujuh oleh Nurul Annisa Hamudy, dkk yang berjudul “Gerakan Hijrah di Indonesia: Pergeseran Konsep dan Implementasi dalam Religiusitas”. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bahwasanya fenomena hijrah tidak selalu menjadi panutan kesalehan, tetapi fenomena hijrah menjadi penyebaran pemahaman yang baku, yang mengandung

¹³ Eko Saputra, dkk. “Komodifikasi Produk Keagamaan: Studi di Komunitas Teras Dakwah”. *Jurnal Manajemen Dakwah*. Vol. 7, No. 1. 2021.

komodifikasi agama, serta membahas masalah persoalan halal dan haram. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya fenomena hijrah sangat mudah diterima oleh kaum muslim dikarenakan ajaran agama Islam lebih praktis dan tidak rumit. Kemudian hijrah dipandang sebagai semangat keberagaman dalam perjalanan spritualitas hidup mereka. Pergeseran fenomena hijrah disebabkan oleh adanya media sosial yang terdapat unsur konsumerisme dan komodifikasi agama.¹⁴ Perbedaan dan persamaan penelitian ini adalah sama-sama melihat fenomena hijrah yang mengandung unsur komodifikasi agama, sedangkan yang membedakan adalah fenomena hijrah yang diteliti dalam penelitian ini lebih di fokuskan dalam media sosial Instagram Hijrah Fest. Penelitian ini nantinya membahas tentang citra kesalehan visual yang mereka tampilkan dan proses komodifikasi agama dalam media sosial Instagram Hijrah Fest.

Penelitian kedelapan oleh Cut Asri dan Moh Soehadha, yang berjudul “Komodifikasi Agama: Studi Analisis Terhadap Tampilan Agama di Instagram”. Penelitian merupakan penelitian netnografi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwsanya dalam media sosial Instagram memberikan peluang besar terhadap agama untuk tampil dengan mudah dengan secara online. Sebagian kelompok yang memanfaatkan dengan mudahnya agama tampil dalam media, dijadikan sebagai alat untuk mengembangkan perekonomian mereka. Agama

¹⁴ Nurul Annisa Hamudy dan Moh. Ilham A. Hamudy. "Hijrah Movement in Indonesia: Shifting Concept and Implementation in Religiosity". *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)*. 2020.

dijadikan sebagai alat yang dari simbol-simbol maupun materi agama untuk akomodasi nilai tukar yang disebut dengan istilah komodifikasi agama.¹⁵ Perbedaan dan persamaan penelitian ini adalah sama-sama melihat proses komodifikasi agama dalam media sosial yang dimanfaatkan untuk kepentingan transaksional ekonomi mereka. Perbedaannya adalah dari segi objek penelitian tentang komunitas atau akun Instagram yang dikaji. Penelitian ini lebih di fokuskan terhadap akun Instagram Hijrah Fest, selain itu juga penelitian ini tidak hanya membahas tentang proses komodifikasi agama saja, tetapi citra kesalehan visual yang mereka tampilkan dalam media sosial Instagram.

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu di atas, maka penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya. Pisau analisis yang digunakan ataupun dari keilmuan yang digunakan, dan objek yang diteliti. Penelitian sebelumnya lebih banyak fokus terhadap peran ataupun eksistensi *public figure* terhadap fenomena gerakan agama dalam media sosial. Beragamnya jenis penelitian sebagai refrensi terhadap fenomena yang diteliti, nantinya menunjukkan bahwasanya kesamaan dan perbedaan dari penelitian sebelumnya dijadikan sebagai pijakan dalam menganalisis lebih lanjut dan mendalam. Gerakan-gerakan keislaman yang sering masif terjadi dalam media sosial, dengan memanfaatkan peran tokoh masyarakat ataupun *public figure* yang mewarnai fenomena gerakan keislaman, sehingga

¹⁵ Cut Asri dan Moh Soehadha. "Komodifikasi Agama: Studi Analisis Terhadap Tampilan Agama di Instagram". Mukaddimah: Jurnal Studi Islam, Vol. 7.1 2022.

penelitian ini masih relevan untuk dilakukan karena gerakan-gerakan keislaman ataupun komunitas hijrah masih sering terjadi dalam berbagai konsep acara kekinian.

E. Kerangka Teori

1. Komodifikasi Agama

Komodifikasi merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris *Commodification*, yang merupakan gabungan dari dua kata *Commodity* (komoditas) yaitu sesuatu yang diproduksi untuk dijual dan *Modification* (modifikasi) yang memiliki arti sebagai transformasi varian bentuk dan ukuran yang lebih baru.¹⁶ Istilah komodifikasi sendiri berasal dari konsep yang diperkenalkan oleh Marx, yang menggambarkan tentang suatu bentuk transformasi dalam relasi-relasi sosial yang awalnya tidak memiliki nilai jual dan diubah menjadi sesuatu yang memiliki nilai jual. Pengertian komodifikasi jika dikaitkan dengan agama, maka komodifikasi adalah suatu bentuk transformasi pada perubahan simbol-simbol keagamaan menjadi suatu komoditas yang diperdagangkan untuk mendapatkan keuntungan, dengan kata lain komodifikasi agama merupakan upaya mengubah

¹⁶ Sony Kristiantoro. "Komodifikasi Agama dalam Holy Land Tour: Sebuah Tinjauan Sosiologi Agama". *DUNAMIS: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani*. Vol 6. No. 1, 2021.

aspek-aspek agama, dari simbol keagamaan menjadi suatu komoditas yang diperdagangkan.¹⁷

Menurut Pattana Katiarsa, komodifikasi agama merupakan hubungan antara agama dan pasar yang saling berulang dan interaktif, secara bersamaan yang melibatkan antara kekuatan pasar yang mengkomodifikasi agama dan institusi keagamaan yang mengambil bagian dalam pasar dan budaya konsumsi.¹⁸

“Komodifikasi agama dapat membantu tentang pendefinisian ulang terhadap agama sebagai komoditas pasar dalam transaksi di pasar spritual, bahkan komodifikasi agama dapat memperluas hubungan transnasional antara jaringan organisasional agama dengan jaringan pasar.”¹⁹

Pandangan Kitiarsa tentang proses komodifikasi tidak menyebabkan penurunan *religiusitas*. Tetapi, komodifikasi mewarnai terhadap relasi pasar dan agama. Kitiarsa juga menjelaskan mengenai konsep komodifikasi agama dalam diskursus ilmu sosial di negara-negara barat, dalam pandangannya agama memberikan sekumpulan aturan moral dan perlindungan spritual aturan terhadap umat manusia. Ketika agama dikomodifikasi menurut Kitiarsa maka ia telah memainkan peran ganda. Pertama,

¹⁷ Saiful Hakam, Cahyo Pamungkas, dan Erni Budiwanti. "Ringkasan Hasil Penelitian Komodifikasi Agama-Agama di Korea Selatan". Jurnal Kajian Wilayah. Vol 7. No. 2. 2017.

¹⁸ Faiz, Abd. "Muslimah Perkotaan: Globalizing Lifestyle, Religion and Identity". (Yogyakarta: SUKA-Press, 2020), hal 97-98.

¹⁹ Kitiarsa, Pattana. "Sosiologi Agama Bryan S. Turner". (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal 988.

agama sebagai komoditi pasar. Kedua, agama sebagai media pertukaran spritualitas.²⁰

Agama sebagai komoditi pasar merupakan agama yang dianggap sebagai produk yang dapat diperjual belikan, dengan komunitas atau organisasi keagamaan dalam memasarkan ajaran dan praktik agama mereka kepada masyarakat sebagai suatu produk yang sangat menarik. Agama sebagai media pertukaran spritualitas merupakan peran agama dalam memfasilitasi petukaran atau ekspresi tentang dimensi spritual manusia. Agama dilihat sebagai wadah yang memungkinkan individu dalam proses mengalami dan mengungkapkan dimensi spritualitas mereka, sehingga agama ketika dikomodifikasi telah memainkan peran ganda, dari dua hal proses tersebut agama semakin mewarnai antara relasi pasar dan agama.

Konteks penelitian ini, dalam komunitas Hijrah Fest terdapat dua hal yang mendukung terhadap proses komodifikasi ini, yaitu agama sebagai komoditas dan agama sebagai media pertukaran dalam pasar spritual. Masjid dan pasar jika selama ini menjadi dua hal yang sering ditanyakan dalam wilayah agama, maka dalam komunitas Hijrah Fest, *event* Hijrah Fest sebagai wilayah agama tempat pelaksanaannya dan keagamaan menjadi arena pasar transaksi kepentingan ekonomi atas nama komunitas hijrah. Event hijrah yang memiliki fungsi untuk

²⁰ Zaki Faddad dan Anisatul Mardiah. "Komodifikasi Agama dalam Gerakan Majelis Tafsir Al-Qur'an (MTA) di Surakarta". *Religió: Jurnal Studi Agama-Agama*. Vol 10. No. 1.2020.

mengajak masyarakat dalam berubah menuju yang lebih baik, tapi disaat yang sama dijadikan instrumen dalam kepentingan ekonomi yang dikemas atas nama agama, sehingga dalam penelitian ini menggunakan teori komodifikasi agama prespektif Pattana Kitiarsa sebagai pisau analisis dalam melihat relasi pasar dan agama yang terjadi dalam komunitas Hijrah Fest.

2. Kesalehan (*piety*)

Kesalehan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan ketaatan atau kepatuhan dalam menjalankan ibadah; kesungguhan menunaikan ajaran agama.²¹ Kesalehan secara bahasa berasal dari kata saleh yang mempunyai arti taat dan sungguh-sungguh dalam menjalankan ibadah. Kata saleh sendiri berasal dari bahasa arab yaitu *salih* yang memiliki arti terhindar dari suatu keburukan atau kerusakan.²² Term kesalehan secara umum mengacu pada pengabdian religius atau spritual, kata tersebut berasal dari gerakan kesalehan (*pietist*) pada abad XVII dan XVIII.²³ Menurut Weber kesalehan merupakan sebuah konsep yang merujuk pada “perilaku yang di ridhai oleh Tuhan”. Kesalehan membimbing dari keinginan rasional untuk menuju kesenangan lahiriah pribadi yang terjamin dengan melakukan perilaku-perilaku yang di

²¹ KBBI Daring, Pemutakhiran Oktober 2022, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>. Diakses pada 21 Februari 2024.

²² Ita Rosita, “Representasi Kesalehan Muttaqi dalam Buku Saleh Ritual Saleh Sosial karya KH. A. Mustofa Bisri.”. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018, hal 11.

²³ Bryan S. Turner, *Sosiologi Agama*...hal 1020.

ridhai Tuhan.²⁴ Seseorang yang saleh merupakan orang yang terhindar dari hal-hal yang bersifat buruk terkait perilaku dan kepribadiannya dalam hal sikap, kata, perbuatan, pikiran, dan lain sebagainya.

Pendapat Turner dalam bukunya yang berjudul “Sosiologi Agama”, kesalehan sendiri juga membutuhkan perubahan kebiasaan dan praktik di dunia material. Kesalehan juga, tidak hanya menciptakan standar perilaku yang baru, tetapi menciptakan persaingan dalam mendapatkan amal kebajikan.²⁵ Kesalehan membuat seorang individu lebih bebas mengekspresikan keyakinan dan praktik keagamaan mereka dalam melaksanakan kewajiban dan perintah agama, hingga memperlihatkan rasa kepemilikan terhadap komunitas tertentu. Kesalehan agama yang mengacu terhadap perintah Tuhan, memberikan individu kebebasan dalam mengambil keputusan dan tindakan yang dipercayai masih dalam ridha Tuhan.

Term “kesalehan” sering kali digunakan untuk menunjukkan kualitas religiusitas seseorang, tentang bagaimana seseorang mempersepsikan dan berperilaku atas kepercayaan mereka. Kesalehan seseorang sering kali nampak terlihat dalam lingkungan sekitar kita, baik dari tingkah laku seseorang ataupun aktivitas kesehariannya. Kesalehan saat ini bukan hanya terjadi dan muncul di kehidupan nyata, bahkan mulai bermunculan dalam dunia

²⁴ Bryan S. Turner, *Sosiologi Agama...* hal 995.

²⁵ Bryan S. Turner, *Sosiologi Agama...* hal 1021.

maya. Kesalehan yang dicitrakan untuk mengkonstruksi masyarakat tentang bagaimana komunitas merepresentasikan komunitas mereka.²⁶ Gerakan-gerakan keislaman juga ikut andil dalam merepresentasikan kesalehan komunitas mereka dalam media sosial, dengan bentuk citra visual yang mereka tampilkan kepada khalayak atau pengguna media sosial. Gerakan tersebut memberikan tontonan terhadap masyarakat seperti kegiatan pengajian, ibadah-ibadah wajib, dll.

Kesalehan dalam media sosial sering kali terlihat dalam proses dakwah seseorang ataupun komunitas sebagai ajang dalam mengklaim kesalehan personal maupun kelompok. Individu maupun kelompok dakwah saling membawa dan memiliki ciri khas tersendiri dalam proses dakwah yang mereka jalankan. Imajinasi keagamaan yang dimanifestasikan melalui citra yang ditampilkan melalui media sosial dengan menggunakan simbol atau objek tertentu sebagai sarana komunikasi, ritual, ibadah, dan tindakan sosial keagamaan membuat makna yang ingin disampaikan oleh mereka. Kesalehan dalam media sosial yang ditampilkan bisa dibilang sangat dangkal, sebab kesalehan akan membentuk dan memperhatikan strata dan kelas sosial.

Kesalehan seorang muslim yang taat ibadah dalam melaksanakan kesalehan ritual secara individual, tentu

²⁶ Lenni Lestari. "Pergerakan Kesalehan Online: Islam Publik dan Agensi Keagamaan Perempuan di Masyarakat Aceh Kontemporer". *Proceeding Of F-ICIS IAIN Palangka Raya*. 2022.

sejalan dengan penanaman nilai, norma dan perilaku keagamaan yang mempengaruhi dirinya. Kesalehan ritual seorang muslim dituntut untuk tetap mengamalkan kesalehan sosial, dikarenakan kesalehan ritual dan kesalehan sosial harus berjalan beriringan. Kesalehan sosial sangat berkaitan dengan orang lain, sedangkan kesalehan ritual lebih berkaitan dengan atau mengarah kepada hubungan antara manusia dengan Tuhan. Kesalehan sosial juga disebut dengan kesalehan normatif, sebab kesalehan sosial merupakan kesalehan yang berhubungan dengan doktrin ajaran agama, kesalehan sosial juga merupakan perwujudan dari kepatuhan seorang manusia yang berkaitan dengan permasalahan di masyarakat. Agama Islam yang aspek tujuannya sebagai *rahmatan lil'alam* sering kali istilah kesalehan dikaitkan dengan aspek tujuan tersebut, menyebarkan kebaikan dimuka bumi dengan menggunakan kesalehan ritual dan kesalehan sosial sebagai bentuk kepatuhan kepada Tuhan.²⁷ Peneliti dari Kementerian Agama Republik Indonesia merumuskan beberapa indikator dalam mengukur kesalehan sosial antara lain, kepedulian sosial, kepedulian lingkungan, relaso sosial, etika, kepatuhan

²⁷ Darojatun. Riana, Azizah Alawiyah. "Konstruksi Kesalehan Sosial Generasi Muslim Milenial dalam Filantropi Islam di Kota Serang". Syifa al-Qulub: Jurnal Studi Psikoterapi Sufistik. 2021.

terhadap negara, kesalehan ritual, habituasi, dan pengetahuan.²⁸

Konsep kesalehan yang diambil dari beberapa penjelasan diatas terdapat tiga konsep kesalehan. *Pertama*, kesalehan normatif (Personal), pendefinisian dari beberapa tokoh diatas merupakan konsep atau arti dari kesalehan normatif (personal) untuk menunjukkan nilai diri dari setiap individu. *Kedua*, kesalehan gerakan merupakan gerakan kesalehan yang merasionalisasi kehidupan sehari-hari melalui ketaatan terhadap norma-norma agama.²⁹ Komunitas ataupun gerakan-gerakan hijrah secara tidak langsung merupakan salah satu bentuk dari kesalehan yang diwujudkan atau ditampilkan dalam suatu komunitas atau kelompok. *Ketiga*, kesalehan sebagai citra visual. Media sosial merupakan tempat atau ruang yang dijadikan dalam menampilkan citra kesalehan visual komunitas atau kelompok. Kesalehan direpresentasikan oleh gambaran visual dari postingan dengan secara halus menghegemoni masyarakat tentang citra diri untuk tampil di ranah publik.

Konteks penelitian ini, komunitas Hijrah Fest sering menampilkan citra kesalehan komunitas mereka dalam media sosial Instagramnya. Citra kesalehan ditampilkan dengan memberikan konten seperti orang shalat, ibadah-ibadah sunnah, dan juga menampilkan ibadah-ibadah

²⁸ Peneliti Kementerian Agama Republik Indonesia, "Indeks Kesalehan Sosial", dalam <https://kemenag.go.id/>. Diakses pada tanggal 26 Juli 2024.

²⁹ Faiz, Abd. *Muslimah Perkotaan...* hal 261.

sosial seperti mengurus kepentingan umum, bersilatullahi, membantu sesama manusia. Citra kesalehan tersebut ditampilkan sebagai bentuk atas menerapkan nilai-nilai agama dan tetap berada dalam jalan-Nya. Konten komunitas hijrah tentu sewajarnya memberikan seruan ajakan dalam proses dakwah mereka, tentu postingan atau konten yang diberikan kepada masyarakat masih terkait dengan perilaku keagamaan. Media sosial sebagai media dalam proses dakwah mereka, secara tidak langsung mencitrakan kesalehan komunitas mereka dalam mendistribusikan nilai-nilai agama kepada khalayak atau pengguna media sosial. Kesalehan yang dibangun dalam media sosial Instagram Hijrah Fest telah menjadi salah satu ciri khas penting dalam proses dakwah yang mereka lakukan, sebagai komunitas hijrah atau gerakan kesalehan.

Komunitas merupakan bentuk dari para kumpulan dari para pemeluk agama yang tidak bisa berdiri sendiri sebagai pribadi yang terpisah-pisah dengan pribadi lainnya, kemudian membentuk suatu wadah atau kumpulan masyarakat dalam satu kesatuan komunitas. Komunitas Hijrah Fest merupakan wadah berkumpunya dari berbagai komunitas hijrah di Indonesia secara tidak langsung merupakan gerakan keagamaan yang menyebarkan ajaran agama dan membentuk pribadi muslim yang taat dan berdampak baik untuk mereka dan lingkungan sosialnya. Kesalehan yang bersumber dari Qur'an dan Hadits merupakan landasan dari kesalehan

yang dilakukan sebagai ritual dan disimbolkan dengan berbagai bentuk dalam proses dakwahnya. Kesalehan yang berhubungan dengan media ataupun pasar pada akhirnya menjadi kesalehan artifisial yaitu kesalehan yang dibuat dan implikasinya dalam media sosial berupa dalam bentuk doktrin, tradisi, pasar dan media.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini menaruh fokus kajian pada citra kesalehan visual komunitas Hijrah Fest dan juga proses komodifikasi keagamaan dalam media sosial Instagram Hijrah Fest. Oleh karena itu dalam proses pengumpulan dan analisis data diperlukan metode dengan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini fokus kajiannya adalah visualisasi kesalehan komunitas hijrah dalam media sosial Instagram Hijrah Fest, maka penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Fenomena hijrah merupakan salah satu fenomena yang unik di kaji khususnya dalam proses menampilkan citra kesalehan visual mereka, agar proses hijrah yang terjadi lebih terungkap dan tergambar dengan jelas terhadap realita sebenarnya. Metode yang digunakan adalah netnografi, yaitu teknik penelitian yang bertujuan untuk memahami terhadap komunitas maupun kebudayaan yang ada dalam dunia maya. Netnografi

sendiri merupakan pengembangan baru dalam teknik etnografi dengan bantuan internet.³⁰

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis sumber data yang digunakan dalam proses pencarian data, yakni data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang dijadikan dalam proses pencarian data, data primer pada penelitian ini adalah postingan-postingan yang ada dalam media sosial Instagram Hijrah Fest. Postingan yang diambil adalah beberapa postingan yang mengandung unsur komodifikasi agama dan juga bentuk citra kesalehan visual dari komunitas hijrah tersebut. Konten atau postingan yang dijadikan data primer dari jangka waktu acara Hijrah Fest 2018 sampai acara Hijrah Fest 2024, dengan menggunakan teknik penentuan random. Peneliti hanya mengambil dan menjadikan konten yang memiliki unsur kepentingan ekonomi, seperti tagar yang digunakan, menandai akun lain dan konten yang menjadikan *public figure* sebagai model dalam konten media sosialnya.

³⁰ Soehada. Moh. "Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama". (Yogyakarta: SUKA Press UIN Sunan Kalijaga, 2012), hal 118-119.

b. Data Sekunder

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder sebagai penunjang dari data data primer. Data sekunder sendiri merupakan data yang diperoleh dari situs *website*, media sosial Instagram, dan juga literatur yang berupa buku maupun artikel ilmiah yang memiliki relevansi dengan kajian penelitian ini, sebagai pelengkap dari data primer. Data tersebut merupakan hasil atau temuan dari penelitian sebelumnya yang meneliti tentang Hijrah Fest dan *website* lainnya yang dimiliki Hijrah Fest seperti YouTube, dan lain sebagainya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai tujuan dalam memperoleh data, sehingga teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

a. Investigasi

Pada tahap investigasi merupakan tahapan peneliti mencari hingga menyeleksi data dan kemudian disimpan untuk diteliti. Pada tahapan ini dimulai dari penyederhanaan (*simplifying*) pada tema yang dikaji hingga membantu dalam tahapan berikutnya yaitu dalam proses pencarian atau kata kunci (*keyword*) untuk menemukan data yang relevan. Tahapan proses tersebut kemudian data di cek ulang dan di seleksi apakah data yang didapat berasal dari sumber yang asli dan dicocokkan

terhadap penelitian apakah memiliki relevansinya, kemudian dari hasil tersebut data disimpan baik berupa *screenshot*, *link* dari website, dan lain sebagainya.³¹

- 1) *Simplifying*, dalam proses ini merupakan proses penyederhanaan suatu peristiwa atau isu yang diteliti dengan membuat operasi data, yang berbentuk tagar maupun kata kunci lainnya dalam media sosial, maka dalam penelitian ini, tagar atau kata kunci yang digunakan adalah #hijrahfest, #hijrah, #event, dan #dakwah.
- 2) *Searching*, dalam proses ini merupakan proses pencarian dengan menggunakan operasi data dalam mesin pencarian dalam media sosial. Penelitian ini dilakukan dalam media sosial Instagram, sehingga operasi data digunakan pada mesin pencari Instagram.
- 3) *Scouting*, dalam proses ini merupakan proses atau tahapan pemilahan data yang didapatkan dengan memeriksa kembali keaslian sumbernya, menelusuri tautan ke sumber aslinya hingga mengambil data yang relevan dan menghapus data yang tidak sesuai. Penelitian ini dilakukan di Instagram Hijrah

³¹ Eriyanto. "Metode Netnografi Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial". (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021), hal 52-54.

Fest, dengan mengambil beberapa postingan dari Instagram Hijrah Fest dan juga postingan akun ataupun artikel lain yang memiliki relevansi dengan penelitian.

4) *Selecting*, dalam proses ini merupakan proses seleksi lebih lanjut terhadap data yang sudah dipilih. Pada tahap ini data yang diperoleh dari beberapa postingan yang diambil, kemudian dilihat relevansi antara data dengan tujuan penelitian dengan melihat *like*, komentar dan *share* paling banyak, sehingga menunjukkan bahwa postingan menarik perhatian banyak pengguna media sosial, selain itu penggunaan simbol dari gambar ataupun video pendukung yang menunjukkan keragaman budaya pengguna media sosial.³²

5) *Saving*, dalam proses ini merupakan penyimpanan data yang digunakan pada tahapan selanjutnya, yaitu analisis data. Penyimpanan data tersebut bisa berbentuk *screenshots*, *copy-paste*, *save*, *printe*, dan lain sebagainya.

b. Interaksi

Kozinets memberikan alternatif partisipasi dalam pendekatan netnografi yaitu dengan

³² Eriyanto. *Metode Netnografi...*, hal 104-105.

keterlibatan (*engagement*), dalam proses ini peneliti tidak harus turun langsung ataupun berpartisipasi dengan kegiatan yang ada pada objek penelitian, tetapi peneliti cukup mencurahkan dan terlibat dengan data yang diteliti dengan cara ikut memposting, mengomentari, memberi tanda *like*, *share*, dan sebagainya.³³ Menurut Sally j. Mc dalam buku “Metodologi Penelitian Sosial Kualitatif untuk Studi Agama” karya Moh Soehada, terdapat empat model dalam berinteraksi secara online, yaitu *pertama*, Monolog merupakan interaksi yang melalui komunikasi satu arah tanpa ditanggapi oleh peneliti melalui diskusi ataupun wawancara. *Kedua*, Timbal Balik merupakan komunikasi dua arah antara peneliti dengan informan melalui percakapan dalam komunitas online. *Ketiga*, Dialog Responsif merupakan komunikasi dua arah yang lebih intens antara informan dengan peneliti, dalam model interaksi ini peneliti lebih berperan sebagai pemegang kendali dari tema percakapan. *Keempat*, Mutual *Discourse* merupakan komunikasi yang terjadi sebuah percakapan antara peneliti dan informan, akan tetapi keduanya sama-sama mengontrol tema percakapan.³⁴ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model monolog, yaitu interaksi yang terjadi melalui komunikasi satu arah.

³³ Eriyanto. *Metode Netnografi...*, hal 54-55.

³⁴ Soehada. Moh. *Metode Penelitian Sosial...*, hal 118-119.

Konten yang ditampilkan dalam media sosial Instagram Hijrah Fest baik dari percakapan, teks, gambar dan video dicatat sebagai informasi atau sumber data, tanpa harus ditanggapi oleh peneliti melalui diskusi ataupun wawancara.

c. Imersi

Pada tahapan ini merupakan proses menceburkan diri, tetapi yang membedakan metode netnografi menurut Kozinets adalah dalam proses imersi netnografi dilakukan dalam bentuk catatan. Menurut Kozinets terdapat empat tahapan dalam membuat catatan imersi yaitu *pertama*, peninjauan dengan memberikan batasan terhadap data yang diperlukan. *Kedua*, mencatat dengan menggambarkan terkait pengalaman yang diperoleh atas apa yang telah dilihat serta perasaan setelahnya. *Ketiga*, meneliti dengan membaca menggunakan sudut pandang atau teori yang digunakan peneliti. *Keempat*, refleksi dengan mengaitkan data satu dengan data yang lainnya.³⁵ Pada tahapan imersi dalam penelitian ini ditunjukkan dengan hasil pemaparan data yang tertulis dalam bab ketiga dan keempat.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bodgan merupakan proses mencari hingga menyusun data yang diperoleh dari hasil

³⁵ Eriyanto. *Metode Netografi...*, hal 166-167.

catatan lapangan dan bahan-bahan lain secara sistematis, sehingga mempermudah untuk dipahami dan temuan yang didapatkan diinformasikan kepada orang lain.³⁶ Pada penelitian kualitatif tentang analisis data sebenarnya sudah disiapkan sebelum proses pengumpulan data, selama proses pengumpulan sampai terkumpulnya data, setiap proses dalam pengumpulan data juga dilakukan analisis data secara sekaligus³⁷, sedangkan proses analisis data dalam penelitian netnografi termasuk dalam tahapan integrasi data. Teknik analisis data pada netnografi merupakan analisis tematik, analisis dengan teknik membuat tema yang ditentukan pada data yang digunakan oleh peneliti sendiri, kemudian mengaitkan temuan dalam penelitian pada teori yang digunakan, sehingga teori yang dipilih untuk digunakan dalam proses analisisnya.³⁸

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian dibagi dalam lima bab, yang bertujuan untuk mempermudah pembacaan penelitian ini, sebagai berikut: *Bab I* merupakan bagian awal dalam pelaporan sebuah penelitian yang meliputi dari beberapa sub bab dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, tinjauan Pustaka, kerangka teori, metode penelitian serta sistematika pembahasan. Sub bab tersebut memberikan gambaran singkat tentang arah dan fokus penelitian yang

³⁶ Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D". (Bandung: Alfabeta, 2013), hal 224.

³⁷ Soehada. Moh. *Metode Penelitian Sosial...*, hal 125.

³⁸ Eriyanto. *Metode Netnografi...*Hal 183-193.

diteliti, baik dari fenomena yang dikaji hingga fokus kajiannya terhadap apa, selain itu juga pada bab satu merupakan gambaran dalam memberikan arahan fokus pada bab-bab selanjutnya.

Bab II merupakan gambaran data yang diteliti dalam penelitian ini, pada bab ini memberikan gambaran dari konteks ruang publik Islam hingga lahirnya sebuah komunitas-komunitas keagamaan di masyarakat perkotaan, deksripsi tentang laman Instagram Hijrah Fest dan juga beberapa tokoh-tokoh penggerak komunitas Hijrah Fest. Penjelasan tersebut sangat diperlukan dalam memberikan pemahaman awal yang berkaitan dengan fokus penelitian nantinya. *Bab III* berisikan tentang bentuk citra kesalehan visual yang ditampilkan dalam Instagram Hijrah Fest, pada bab ini menjelaskan bentuk citra kesalehan visual mereka yang ditampilkan dalam media sosial Instagramnya kepada khalayak umum. Hijrah Fest sebagai akun komunitas hijrah tentu konten-konten yang ditampilkan sudah terlebih dahulu melakukan pemilihan atau proses editing yang paling bagus menurut mereka, dengan memberikan citra visual yang menarik dan kekinian untuk memberikan kesan yang baik dari pengguna media sosial Instagram.

Bab IV berisikan tentang penjelasan tentang komodifikasi kesalehan dalam komunitas hijrah dalam media sosial Intagram Hijrah Fest. Bab ini menjelaskan bagaimana proses terjadinya komodifikasi pada Hijrah Fest, baik dari bentuk konten-konten yang berikan di media sosial Instagramnya, juga penjelasan tentang hubungan agama dan pasar dalam melihat keuntungan ekonomi pasar yang dilakukan

mereka, hingga peran *public figure* dalam memproyeksikan kesalahan dalam citra visual. *Bab V* merupakan bab terakhir dalam penelitian ini, yang isinya adalah menarik kesimpulan dari hasil-hasil penelitian ini dan juga memberikan saran terhadap bagaimana penelitian selanjutnya. Saran tersebut nantinya sebagai bentuk terhadap keterbatasan yang dilakukan peneliti dan juga diharapkan menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya dalam melihat kekurangan maupun kelemahan dalam kurangnya penelitian ini.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Fenomena hijrah yang semakin hari tersebar luas khususnya dalam media sosial menjadi kajian yang masih relevan untuk dikaji. Pemaknaan hijrah yang semakin bergeser menjadi perubahan gaya hidup seseorang menjadi *trend* khususnya dalam kehidupan masyarakat muslim perkotaan. Perubahan dari gaya hidup yang sesuai anjuran agama dinarasikan melalui postingan dalam media sosial. Hijrah Fest sebagai komunitas hijrah hadir menjelma ditengah masyarakat sebagai wadah sesama komunitas hijrah di Indonesia. Proses dakwah yang mereka jalankan dalam media sosial bukan hanya semata-mata dakwah untuk ajakan berhijrah, tetapi juga mengandung sebuah unsur komodifikasi keagamaan. Kesalehan diproyeksikan oleh beberapa *public figure* dan tokoh-tokoh pendakwah milenial dengan menarasikan keindahan agama melalui simbol-simbol yang digunakan dalam citra visual di media sosial Instagram mereka.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ada beberapa temuan yang didapatkan, yaitu sebagai berikut: *pertama*, citra kesalehan yang divisualkan dalam media sosial Instagram Hijrah Fest terdapat dua bentuk, yaitu kesalehan normatif dan kesalehan sebagai gerakan. Nilai-nilai atau simbol-simbol keagamaan dijadikan instrumen dalam mempercantik citra kesalehan visual yang ditampilkan dalam

media sosial Instagram mereka. Kesalahan juga dibangun melalui sebuah festival hijrah yang diproyeksikan melalui *public figure* dan ustaz milenial. Kehadiran mereka dengan memakai role model pakaian menjadi tontonan dan melahirkan kesalahan di ruang publik. keterikatan emosi dalam kesatuan komunitas membuat pengumpulan masa lebih mudah dilakukan, sehingga memperluas jangkauan untuk memeriahkan festival hijrah tersebut.

Kedua, selain kesalahan yang divisualkan dalam media sosial Instagram Hijrah Fest ternyata agama juga mengambil peran dalam proses transaksi pasar di festival hijrah. Pengajian yang dikonsep dalam sebuah festival hijrah yang dibarengi dengan beberapa stand penjualan membuat agama mengalami peran ganda, yaitu agama sebagai komoditi dan pertukaran spritualitas. Agama dijadikan instrumen dalam transaksi pasar untuk lebih mudah terjadinya proses transaksi. Kesatuan emosi yang terikat dalam satu kesatuan komunitas, membuat proses transaksi pasar lebih besar dan mudah dilakukan. Agama dan pasar telah menjadi satu kesatuan yang saling terikat dalam komunitas Hijrah Fest, sehingga proses pertukaran lebih mudah untuk dilakukan. Kesalahan pada akhirnya diperoyeksikan melalui *public figure* dan ustaz milenial dengan memanfaatkan peran mereka untuk mengkonstruk masyarakat, khususnya dalam memberikan gambaran seorang muslim yang taat dengan menggunakan pakaian yang ditampilkan.

Demikian fenomena visualisasi kesalahan komunitas Hijrah Fest yang muncul dalam proses dakwah mereka, citra kesalahan yang dikomodifikasi untuk mendapatkan

keuntungan finansial. Hijrah dalam konteks ini ternyata mengalami perubahan dari makna asalnya, hijrah menjadi sebuah *trand* perubahan gaya hidup dari pakaian hingga perilaku kesehariannya. Keterlibatan *public figure* dalam komunitas hijrah bukan hanya semata-mata mengajak masyarakat untuk berhijrah, tetapi terdapat makna tersirat yaitu unsur kepentingan ekonomi. Komunitas Hijrah Fest dijadikan instrumen dalam mendapatkan emosi masyarakat, supaya proses transaksi lebih mudah dilakukan. Keterikatan emosi yang ada dalam komunitas membuat proses transaksi dan konstruksi citra kesalehan lebih mudah, narasi keagamaan diberikan melalui pengajian dalam festival dan membuat masyarakat semakin beribadah dengan mengkonsumsi produk yang ditawarkan.

B. SARAN

Selama penelitian ini dilakukan, peneliti sadar banyaknya kekurangan dari proses penelitian sampai proses penulisan laporan penelitian, untuk hal tersebut peneliti mempunyai banyak harapan supaya dapat diperbaiki dan dilengkapi dikemudian hari. Kekurangan tersebut dalam hal ini terdapat beberapa masukan atau saran yang kemudian bisa ditindak lanjuti, khususnya kepada prodi Sosiologi Agama, pengelola atau pemilik laman Komunitas Hijrah Fest, serta mungkin bisa menjangkau terhadap pemangku kebijakan.

Pertama, kepada prodi Sosiologi Agama terkait fenomena budaya atau komunitas virtual lebih ditekankan lagi dalam proses pembelajaran. Terlebih dalam mata kuliah

seharusnya juga dijadikan mata kuliah wajib, seperti mata kuliah Sosiologi pedesaan dan perkotaan, sehingga proses dalam menentukan kajian dalam komunitas virtual juga dipelajari lebih awal dan memudahkan dalam memberikan gambaran yang salah satunya menentukan tema penelitian. Melihat perkembangan zaman yang semakin cepat, kajian-kajian atau fenomena tentang budaya dan komunitas virtual semakin menarik, terlebih dari sudut pandang Sosiologi Agama.

Kedua, kepada pihak atau pengelola media sosial Instagram Hijrah Fest, dalam memberikan konten-konten keagamaan ataupun proses dakwah yang dijalankan dalam media sosial mereka. Penggunaan narasi keagamaan baik nilai-nilai atau simbol-simbol agama yang dijadikan dalam konten dakwah mereka, besar harapan jangan sampai menghilangkan marwah agama itu sendiri. Terlebih lagi dalam menarasikan wacana-wacana keagamaan, jangan sampai membuat khalayak pengguna media sosial yang mengkonsumsi postingan tersebut melahirkan akan kefanatikan atau radikalisme dalam beragama.

Ketiga, masyarakat muslim perkotaan maupun masyarakat secara menyuluruh. Fenomena komodifikasi agama bukanlah hal yang baru, agama sering dijadikan instrumen dalam berbagai hal untuk mendapatkan keuntungan semata. Masyarakat harus lebih jeli lagi dalam melihat fenomena komodifikasi khususnya *trend* hijrah yang semakin luas dan menyebar terhadap berbagai elemen masyarakat. Media sosial yang lekat dan renyah digunakan pada zaman sekarang, sangat

mudah dimanfaatkan oleh berbagai elemen dalam menyebarkan informasi maupun kepentingan lainnya.

Keempat, kepada pemangku kebijakan harus lebih sigap dalam menyikapi perkembangan zaman. Dinamika perkembangan zaman yang cepet berubah, agama harus lebih responsif dalam memberikan pedoman dan pegangan dalam melakukan aktivitas dalam kehidupan di masyarakat. Fenomena *trend* hijrah yang semakin hari tersebar luas, makna hakikat dari hijrah semakin bergeser dari hakikat aslinya. Institusi agama harus lebih respon dalam menyikapi hal tersebut, supaya eksistensi dari agama tidak hilang dan mengalami penurunan marwah kesakralannya.

Kelima, kepada peneli selanjutnya diharapkan lebih bisa memperdalam baik dari proses pengumpulan data hingga seleksi data. Peneliti sadar banyaknya kekurangan dalam penelitian ini, baik dari terbatasnya data yang ada dalam media sosial, maupun teknik analisis yang digunakan atau teori yang dijadikan pisau analisis dalam objek penelitian. Kekurangan tersebut besar harapan dapat diperbaiki, untuk membuat penelitian ini lebih fokus dan mendapatkan data yang lebih akurat. Fenomena tentang komodifikasi agama bukanlah hal yang baru lagi, melainkan fenomena yang sudah lama muncul dan terjadi di berbagai aspek, tetapi dalam konteks komunitas hijrah mungkin masih hangat untuk dikaji, apalagi dalam melihat citra visual kesalehan komunitas dan proses dakwah mereka yang sering menjadikan agama sebagai instrumen untuk mendapatkan keuntungan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afina Amna, 'Hijrah Artis Sebagai Komodifikasi Agama', *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 13.2 (2019).
- Amna, Afina. "Hijrah artis sebagai komodifikasi agama." *Jurnal Sosiologi Reflektif* 13.2 (2019).
- Andika Primasiwi. Ramadhan Hijrah Festival Digelar 24-26 Mei 2019. <https://www.suaramerdeka.com/nasional/pr-0498849/ramadhan-hijrah-festival-digelar-2426-mei-2019>. Diakses pada tanggal 19 April 2024.
- Arie Kuntung, (@ariekuntung) foto dan video instagram. <https://www.instagram.com/ariekuntung/>. Diakses pada tanggal 7 Juni 2024.
- Arif B. Biodata Artis Teuku Wisnu, Aktor Ganteng yang Pilih Hijrah dan Tinggalkan Dunia Sinetron, Begini Kabarnya Sekarang!. <https://pop.grid.id/read/302987238/biodata-artis-teuku-wisnu-aktor-ganteng-yang-pilih-hijrah-dan-tinggalkan-dunia-sinetron-begini-kabarnya-sekarang?page=all>. Diakses pada tanggal 7 Juni 2024.
- Aziz, Abdul. "Kesalehan Sosial dalam Bermasyarakat Islam Modern." *Jurnal Mathlaul Fattah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 11.1 (2020).
- Baca, Bahatma. "Halal Life Style sebagai Dakwah Determinasi Diri dan Sosial Masyarakat Indonesia." *AL-HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Masyarakat* 19.1 (2021).
- Bryan S. Turner, Sosiologi Agama, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).

- Cut Asri and Moh Soehadha, 'Komodifikasi Agama: Studi Analisis Terhadap Tampilan Agama Di Instagram', *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*, Vol. 7.1 (2022).
- Darojatun, Rina. "Tren Produk Halal, Gaya Hidup Syar'i Dan Kesalehan Simbolik: Studi Tentang Muslim Kelas Menengah." *Wardah* 19.2 (2018).
- Dony Arung Triantoro, 'Dakwah Dan Kesalehan: Studi Tentang Gerakan Teras Dakwah Di Kalangan Remaja Yogyakarta', *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 20.2 (2018).
- Eko Saputra, dkk. Komodifikasi Produk Keagamaan: Studi di Komunitas Teras Dakwah. *Jurnal Manajemen Dakwah*. Vol. 7, No. 1 (2021).
- Eriyanto. "Metode Netnografi Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial". (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021).
- Faiz, Abd. Muslimah Perkotaan: Globalizing Lifestyle, Religion and Identity. (Yogyakarta: SUKA-Press). 2020.
- Fatkhan, M. "Kesalehan Normatif vs Mistik Islam Kejawaen: Persinggungan Nilai Keislaman dan Tradisi di Masa Sultan Agung." *DIALEKTIKA KEILMUAN USHULUDDIN*.
- Firdhausy Amelia, Kamalludin Kamalludin, and Maya May Syarah, 'Peran Media Baru Dalam Kegiatan Hijrah Fest', *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah*, 4.1 (2020).
- Firdhausy Amelia, Kamalludin Kamalludin, and Maya May Syarah, 'Peran Media Baru Dalam Kegiatan Hijrah Fest',

Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah, 4.1 (2020).

Hari Putra, 'Komudifikasi Hadis Hijrah Fest (Studi Kasus Instagram Hijrah Fest)', Tesis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.

Hofizal Wadi and Roy Bagaskara, 'Perjumpaan Pasar Dan Dakwah: Ekspresi Kesalehan Anak Muda Dan Komodifikasi Agama Di Muslim United Yogyakarta', *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 17.1 (2022).

Irfan Teguh. Kegersangan Spiritual: Pemicu "Hijrah" & Kesalehan Muslim Urban (tirto.id). diakses pada tanggal 9 Februari 2024.

Ita Rosita, "Representasi Kesalehan Muttaqi dalam Buku Saleh Ritual Saleh Sosial karya KH. A. Mustofa Bisri.", Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018.

Jati, Dewi Sekar Laras, and Mahimma Romadhona. "Rekam Jejak Keseruan Festival Generasi Pemenang Season 2." *Student Research Journal* 1.6 (2023).

Jeilo Nestalda Koli. Profil Biodata Ricky Harun, Ayah 4 Anak yang Awet Muda. <https://www.inews.id/lifestyle/seleb/profil-biodata-ricky-harun>. Diakses pada tanggal 7 Juni 2024.

KBBI Daring, Pemutakhiran Oktober 2022, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>, diakses pada 21 Februari 2024.

Lenni Lestari, 'Pergerakan Kesalehan Online: Islam Publik Dan Agensi Keagamaan Perempuan Di Masyarakat Aceh

Kontemporer', *Prociding Of F-ICIS IAIN Palangka Raya*, 2022.

Lily Setiadarma. Buka Hijrah Fest 2023, Bupati Bandung: ini Selaras dengan Bandung Bedas. <https://wartaparahyangan.com/beranda/buka-hijrah-fest-2023-bupati-bandung-ini-selaras-dengan-bandung-bedas/> diakses pada tanggal 19 April 2024.

Mila Nabila Zahara and Kata Kunci, 'Gerakan Hijrah : Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial Di Era Digital Pages 52-65 Hijrah Movement : Millenial Muslim Identity Seeking in the Digital Era', 2020.

Mila Nabila Zahara and Kata Kunci, 'Gerakan Hijrah : Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial Di Era Digital Pages 52-65 Hijrah Movement : Millenial Muslim Identity Seeking in the Digital Era', 2020.

Mochamad Ficky Aulia, 'Tinjauan Teoretis Mengenai Citra Sebagai Komoditas Identitas : Studi Kasus Fenomena Gerakan Hijrah Kontemporer', *DESKOVI: Art and Design Journal*, 6.2 (2023).

Moh Soehada, "Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama". (Yogyakarta: SUKA Press UIN Sunan Kalijaga, 2012).

Muh Rizki Zailani and Roma Ulinuha, 'Komodifikasi Agama Sebagai Identitas Kesalehan Sosial', *Jurnal Riset Agama*, 3.1 (2023).

Muhammad Iqbal Juliansyahzen, 'Ideologization of Hijrah in Social Media: Digital Activism, Religious

- Commodification, and Conservative Domination’, *Millah: Journal of Religious Studies*, 22.1 (2023).
- Muslim, Abdul Aziz, et al. "Strategi Marketing Mix Paket Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Daya Tarik Masyarakat di PT Aba Tour and Travel Kota Sukabumi." *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* 2.04 (2023).
- Nanang Mizwar Hasyim, ‘Social Media and the Hijrah Phenomenon : Construction of Islamic Identity on Social Media in Indonesia’, *Kalijaga International Journal of Social Sciences and Humanities*, 1.1 (2022).
- Nurul Annisa Hamudy and Moh. Ilham A. Hamudy, ‘Hijrah Movement in Indonesia: Shifting Concept and Implementation in Religiosity’, *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)*, 4.2 (2020).
- Paramita Tri Ratna. Hijrahfest Ramadhan 2024, Pameran Produk Muslim Terbesar Hadir kembali, Yuk cari Tahu Harga Tiketnya di sini!. <https://www.genmuslim.id/ragam/634444053/hijrahfest-ramadhan-2024-pameran-produk-muslim-terbesar-hadir-kembali-yuk-cari-tahu-harga-tiketnya-di-sini>. Diakses pada tanggal 19 April 2024.
- Q A’yunin and E Triastuti, ‘Komodifikasi Kesalehan Niqabis Di Media Sosial Instagram’, *Scholar.Archive.Org*, 17.2 (2022).
- Ricky Harun. (@rickyharun). Foto dan Video Instagram. <https://www.instagram.com/rickyharun/>. Diakses pada tanggal 7 Juni 2024.

- Rohmatillah, Yuni Putri. "Komodifikasi Agama pada Hijrah Fest di Indonesia ditinjau dari Teori kapitalisme". Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya. 2019.
- Saiful Hakam, Cahyo Pamungkas, and Erni Budiwanti, 'Ringkasan Hasil Penelitian Komodifikasi Agama-Agama Di Korea Selatan', *Jurnal Kajian Wilayah*, 7.2 (2017).
- Soehada, Moh. *Citra Haji dalam Komunitas Media*. In: Cultural Studies di PTAI Teori dan Praktik. Vol.1. No1.
- Sony Kristiantoro, 'Komodifikasi Agama Dalam Holy Land Tour: Sebuah Tinjauan Sosiologi Agama', *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 6.1 (2021).
- Surya Fachrizal . Hijrah Fest 2018, Islam sebagai Life Style Cool dan Gagalnya Paham Liberal. <https://hidayatullah.com/feature/kisah-perjalanan/2018/11/13/154653/hijra-fest-2018-islam-sebagai-life-style-cool-dan-gagalnya-paham-liberal.html>. Diakses pada tanggal 29 Januari 2024.
- Taufiq, Thiyas Tono, Royanulloh Royanulloh, and Komari Komari. "Tren Hijrah Muslim Perkotaan di Media Sosial: Konstruksi, Representasi dan Ragam Ekspresi." *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan* 10.2 (2022).
- Teuku Wisnu. (@teukuwisnu). Foto dan Video Instagram. <https://www.instagram.com/teukuwisnu/>. Diakses pada tanggal 7 Juni 2024.
- Thiyas Tono Taufiq, Royanulloh Royanulloh, and Komari Komari, 'Tren Hijrah Muslim Perkotaan Di Media Sosial: Konstruksi, Representasi Dan Ragam Ekspresi', *Fikrah*, 10.2 (2022).

- Thiyas Tono Taufiq, Royanulloh Royanulloh, and Komari Komari, 'Tren Hijrah Muslim Perkotaan Di Media Sosial: Konstruksi, Representasi Dan Ragam Ekspresi', *Fikrah*, 10.2 (2022).
- Tirto.id. Profil Arie Kuncoro Untung. <https://tirto.id/tokoh/arie-kuncoro-untung-bki>. Diakses pada tanggal 7 Juni 2024.
- Wahyuni, Dwi. "Melampaui Sekularisasi: Meninjau Ulang Peran Agama di Ruang Publik pada Era Disrupsi." *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama* 4.2 (2021).
- Zaki Faddad and Anisatul Mardiah, 'Komodifikasi Agama Dalam Gerakan Majelis Tafsir Al-Qur'an (MTA) Di Surakarta', *Religió: Jurnal Studi Agama-Agama*, 10.1 (2020).
- Zaki Faddad and Anisatul Mardiah, 'Komodifikasi Agama Dalam Gerakan Majelis Tafsir Al-Qur'an (MTA) Di Surakarta', *Religió: Jurnal Studi Agama-Agama*, 10.1 (2020).
- Zuhrotunnisa, Muthi'ah. "Festivalisasi Agama di Ruang Publik (Studi pada Ajang Pemilihan Duta Kampus UIN Sunan Kalijaga Tahun 2021)". Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2022.