

Ekspresi Identitas Anak Muda Muslim dan Dakwah Di Indonesia Pasca Orde Baru

Dony Arung Triantoro¹

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: arungdony73@gmail.com

Abstract: *Islamic expression of Muslims youths in Indonesia was very prominent after the collapse of the New Order. This matter is shown by the emergence of a number of Islamic activism initiated by Muslims youths in Indonesia. This article examines how Muslims youths articulate their Islamic identity in the Indonesian public sphere. Through fieldwork in a number of cities such as Yogyakarta, Solo and Pekanbaru and supported by netnographic work and previous literary sources, this article shows that the forms of Islamic articulation of Islamic youth in Indonesia include the following; First, Muslims youths form da'wah communities based in and outside the mosque. Second, Muslims youths like music that has a popular sholawat genre. Third, Muslims youths massively use social media to express their Islamic identity. Finally, Muslims youths express their Islamic identity through syar'i and trendy clothing styles.*

Keywords: *Islamic Youth and Expressing Islam*

Abstrak: Ekspresi keislaman anak muda Islam di Indonesia sangat mengemuka pasca runtuhnya Orde Baru. Ihwal ini ditunjukkan dengan munculnya sejumlah aktivisme keislaman yang diinisiasi oleh anak muda Islam di Indonesia. Artikel ini mengkaji tentang bagaimana anak muda Islam mengartikulasikan identitas keislaman mereka di ruang publik Indonesia. Melalui kerja lapangan di sejumlah kota seperti Yogyakarta, Solo dan Pekanbaru dan didukung kerja netnografi serta sumber literatur terdahulu, artikel ini menunjukkan bahwa bentuk artikulasi identitas keislaman anak muda Islam di Indonesia di antaranya sebagai berikut; Pertama, anak muda Islam membentuk komunitas-komunitas dakwah yang berbasis di dalam maupun di luar masjid. Kedua, anak muda Islam menyukai musik-musik yang bergenre sholawat populer. Ketiga, anak muda Islam secara masif menggunakan media sosial untuk mengekspresikan identitas keislamannya. Terakhir, anak muda Islam mengekspresikan identitas keislamannya melalui gaya berpakaian yang *syar'i* dan trendi.

Kata kunci: Anak Muda Islam dan Mengekspresikan Islam

Pendahuluan

Artikel ini membahas tentang bagaimana anak muda Islam mengartikulasikan identitas keislaman mereka di ruang publik Indonesia. Artikel ini berargumen bahwa artikulasi keislaman yang ditampilkan anak muda Islam Indonesia belakangan ini berbeda dengan ekspresi keislaman pendahulu-pendahulu (orang tua) mereka. Selain itu, artikel ini menunjukkan bahwa ada negosiasi dan agensi yang dilakukan anak muda Islam dalam mengekspresikan identitas keislamannya. Di satu sisi, ekspresi keislaman mereka bersifat *rigid* dan kaku, tetapi di sisi lain ada negosiasi dengan budaya-budaya di luar Islam seperti budaya populer.

Studi-studi sebelumnya yang membahas tentang anak muda dan Islam di Indonesia antara lain; Pertama, studi yang dilakukan oleh Rifki Rosyad (2007). Dalam studinya, Rosyad melihat kebangkitan semangat keislaman anak muda Islam Indonesia di masa dan pasca Orde

Baru. Dia menelusuri awal kemunculan gerakan-gerakan anak muda Islam di Indonesia seperti yang digagas oleh Imaduddin Abdurrahim yang belakangan menjadi cikal bakal berdirinya pengajian-pengajian di Masjid Salman ITB. Dalam artikelnya, Rosyad menunjukkan bahwa geliat dakwah anak muda Islam dilatarbelakangi oleh kondisi sosial politik di masa Orde Baru. Pada tahun 1970-an banyak kebijakan pemerintah terkait harga bahan pokok, penanganan kasus korupsi dan lainnya yang dikritik bahkan didemonstrasi oleh sejumlah mahasiswa. Berkat aksi tersebut, pada tahun 1977 pemerintah Orde Baru melalui kementerian pendidikan melarang keterlibatan siswa dan mahasiswa dalam bidang politik. Kebijakan ini membuat kejenuhan bagi mahasiswa, sehingga pada akhirnya mereka merubah orientasi gerakan mereka pada aspek-aspek keagamaan. Latar belakang sosial dan politik ini yang pada gilirannya menginisiasi munculnya gerakan *harakah* di tahun 1980-an yang memfokuskan kegiatannya di masjid-masjid kampus bahkan masjid-masjid umum (Rosyad, 2007).

Berbeda dengan studi yang dilakukan oleh Rosyad, Syamsul Rijal menelisik tentang keterlibatan anak muda di dalam pengajian tradisional (*majelis taklim*) yang dipimpin oleh seorang Habib. Dalam studinya, Rijal menunjukkan bahwa keterlibatan anak muda Islam dalam majelis habaib tidak hanya karena ingin mencari ilmu agama (kesalehan), tetapi juga karena mereka melihat *majelis taklim* sebagai sarana untuk mengekspresikan kemudaan (*youthness*) mereka di tengah perkembangan kota-kota besar di Indonesia (Rijal, 2018).

Studi lainnya yang membahas tentang anak muda dan Islam dapat ditelisik dalam tulisan Najib Kailani. Dalam studinya, Kailani menunjukkan keterlibatan anak muda Islam dalam gerakan menulis yang dikenal dengan Forum Lingkar Pena (FLP). Kailani meletakkan diskusinya pada awal kemunculan FLP di tengah semangat kebangkitan industri penerbitan di masa Orde Baru. Kemudian argumen lain yang dikemukakan Kailani dalam studinya yaitu para penulis di FLP telah berhasil mengemas Islam dengan kemasan budaya populer yang pada akhirnya menarik perhatian kalangan anak muda Islam di Indonesia (Kailani, 2012).

Studi-studi di atas, mulai dari studi yang dilakukan oleh Rosyad, Rijal sampai Kailani menunjukkan berbagai artikulasi keislaman anak muda Islam di Indonesia, tetapi spektrum mereka terbatas pada artikulasi-artikulasi tertentu. Rosyad, misalnya, dia menjelaskan gerakan anak muda Islam dari aspek sejarah. Kemudian Rijal menjelaskan isu anak muda dengan pengajian tradisional tertentu. Kailani membidik isu anak muda dengan gerakan literasi seperti FLP. Oleh karena itu, melanjutkan kajian yang ada, artikel ini akan memperluas spektrum kajian anak muda Islam di Indonesia yang tidak terbatas pada tiga aspek tersebut.

Pembahasan artikel ini akan diawali dengan menyoal tentang semangat kebangkitan Islam di masa Orde Baru dan setelahnya. Kemudian saya menggambarkan bagaimana bentuk ekspresi keislaman yang ditampilkan anak muda Islam di Indonesia. Bagian ini menggambarkan bagaimana negosiasi kesalehan anak muda Islam dengan ideologi Islam tertentu dan budaya populer. Terakhir saya menyimpulkan temuan artikel ini.

Metode

Penelitian ini merupakan hasil kerja lapangan (*etnografi*) di sejumlah kota seperti Yogyakarta, Solo, dan Pekanbaru. Di tiga kota tersebut saya mengamati bagaimana anak muda Islam mengekspresikan identitas keislaman mereka melalui wawancara langsung dan observasi (pengamatan langsung). Selain etnografi, saya juga mengumpulkan data penelitian melalui *etnografi online* (Lihat Kozinet, 2010). *Etnografi online* dilakukan dengan menelusuri data-data *online* melalui media pemberitaan *online*, media sosial, dan situs-situs *online* lainnya. Selanjutnya, saya mendiskusikan temuan penelitian dengan literatur-literatur yang relevan dengan topik penelitian ini. Terakhir, saya menyimpulkan hasil penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Anak Muda dan Semangat Kebangkitan Islam di Indonesia

Semangat kebangkitan Islam di Indonesia sangat mencolok sejak tahun 1990-an. Ihwal ini berkat apresiasi positif pemerintah Orde Baru terhadap sejumlah aktivitas dan lembaga keislaman di Indonesia seperti menghapus larangan jilbab bagi siswi-siswi sekolah, mendukung terbentuknya Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), Bank Islam pertama, Muamalah, mendukung khotbah publik, dan penerbit-penerbit Islam di Indonesia (Hefner, 1993; Heryanto, 1999; Smith-Hefner, 2007). Pada saat yang bersamaan anak-anak muda Islam banyak yang bergabung dengan komunitas-komunitas dakwah dan mengikuti berbagai pelatihan-pelatihan dakwah seperti Latihan Mujahid Dakwah di Masjid Salman ITB yang diinisiasi oleh Imaduddin Abdurrahim. Sebagian dari mereka ada yang membentuk *harakah-harakah* pasca dikeluarkannya kebijakan pemerintah Orde Baru yang melarang keterlibatan mahasiswa dan siswa dalam bidang politik (Rosyad, 2007).

Pasca Orde Baru kebebasan berdemokrasi semakin terbuka lebar. Ihwal ini menginspirasi maraknya kegiatan-kegiatan yang diinisiasi oleh anak muda Islam Indonesia. Sebelumnya memang kegiatan anak muda Islam seperti *harakah* telah berkembang, tetapi pasca Orde Baru kegiatan-kegiatan itu semakin mengemuka di ruang publik Indonesia. Ini ditandai dengan munculnya komunitas-komunitas dakwah baik di dalam maupun di luar kampus. Di dalam kampus, sejumlah aktivis membentuk komunitas dakwah yang dinamakan rohis (kerohanian Islam), sebuah komunitas dakwah kampus yang ketersebarannya tidak hanya di lingkungan universitas Islam, tetapi juga universitas-universitas umum bahkan di sekolah-sekolah umum (Wajidi, 2011). Kemudian di universitas-universitas Islam, khususnya, sejumlah aktivis kampus menginisiasi terbentuknya Lembaga Dakwah Kampus (LDK). Sedangkan di luar kampus, anak-anak muda Islam menginisiasi terbentuknya komunitas-komunitas dakwah yang berbasis di masjid seperti forum pemuda masjid (Rosyad, 2007). Komunitas-komunitas dakwah yang berbasis di luar masjid juga cukup berkembang pesat. Semisal, munculnya komunitas-komunitas *fashion* Islam seperti *Hijabers Community*, sebuah komunitas hijab yang digagas oleh Dian Pelangi dan teman-temannya.

Selain kondisi sosial dan politik yang mendorong munculnya berbagai komunitas-komunitas dakwah yang diinisiasi oleh anak muda Islam Indonesia, perkembangan teknologi dan informatika juga memberikan ruang baru untuk mengartikulasikan keislaman di kalangan anak muda Islam. Di antara mereka ada yang aktif menggunakan media sosial untuk *sharing*

keagamaan (Lengauer, 2018). Selain itu, sebagian anak muda Islam menggunakan media sosial untuk melakukan ritual seperti membaca Alquran yang pada gilirannya memunculkan gerakan One Day One Juz (ODOJ) (Muslim, 2017; Nisa, 2018). Untuk mengetahui lebih jauh tentang bagaimana artikulasi-artikulasi keislaman lainnya yang ditampilkan oleh anak muda Islam di Indonesia, bagian selanjutnya akan dibahas ihwal tersebut.

Komunitas-Komunitas Anak Muda Islam di Indonesia

Fenomena yang sangat mengemuka di kalangan anak muda Islam, utamanya di kota-kota besar di Indonesia belakangan ini adalah dengan munculnya komunitas-komunitas dakwah yang berbasis masjid maupun di luar masjid. Pada bagian ini saya mengeksplorasi beberapa komunitas dakwah yang dipelopori oleh anak muda Islam di beberapa kota di antaranya Teras Dakwah di Yogyakarta, Pemuda Hijrah di Bandung, Forum Pemuda Masjid Raya (Fodamara) Pekanbaru dan Sahabat Hijrah di Pekanbaru. Meskipun demikian, komunitas anak muda Islam di Indonesia tidak terbatas pada beberapa komunitas yang telah saya sebutkan di atas. Masih banyak komunitas-komunitas anak muda Islam lainnya yang bergerak di sejumlah kota di Indonesia.

Salah satu komunitas dakwah yang sangat mengemuka di Yogyakarta yaitu Teras Dakwah atau disingkat TD. Komunitas dakwah yang didirikan pada 2011 menawarkan program-program dakwah populer yang menysasar aspirasi anak muda Islam Yogyakarta. Semisal, program Ngaji Teras yang menyajikan tema-tema dakwah seperti *Jodoh yang Tak Tertukar*, *Ada Dakwah di Teras Cinta*, *Rezeky Gak Bakal Tertukar Kayak Sendal Jepit*, dan lainnya (Triantoro, 2018; Triantoro et al., 2019).

Selain program-program yang berbentuk kajian, Teras Dakwah juga terlibat dalam program dakwah berbasis karitas di ranah lokal maupun nasional. Ketika bencana gempa bumi di Lombok dan Palu, misalnya, Teras Dakwah secara aktif membantu para korban dengan membangun masjid dan musala. Kemudian Teras Dakwah juga terlibat aktif dalam merespon sejumlah bencana di ranah lokal Yogyakarta seperti Bencana Banjir Bantul dan lainnya. Program-program karitas ini dikenal dengan *tagline* TD Bergerak.

Program-program di atas, mulai dari kajian-kajian keagamaan sampai program karitas dijalankan sepenuhnya oleh relawan-relawan Teras Dakwah yang sebagian besar berasal dari kalangan anak muda Islam di Yogyakarta. Pada umumnya mereka adalah kalangan pelajar dan mahasiswa di Yogyakarta. Teras Dakwah sebagai salah satu dari komunitas dakwah di Yogyakarta telah menarik perhatian anak muda Islam untuk menikmati sajian program-program dakwah populer yang diusunginya. Berdasarkan kerja lapangan saya di Teras Dakwah pada tahun 2018 menunjukkan antusiasme anak muda Islam Yogyakarta untuk mengikuti pengajian yang diadakan setiap Selasa malam. Mereka sangat menikmati sajian-sajian dakwah TD. Selain itu, tempat berlangsungnya pengajian juga didesain laiknya sebuah kafe yang dalam beberapa dekade belakangan ini budaya *ngafe* sangat populer di Yogyakarta. Ihwal ini bersamaan dengan maraknya kafe-kafe dan warung kopi dari kelas bawah, menengah hingga kelas atas di Yogyakarta. Fenomena *ngafe* di kalangan anak muda Yogyakarta tersebut juga diadopsi oleh Teras Dakwah untuk membentuk Teras kopi, sebuah warung kecil yang terletak di sudut depan Teras Dakwah dan menyajikan berbagai jenis kopi.

Simbol-simbol yang ditampilkan oleh Teras Dakwah, mulai dari program dakwah populer sampai budaya *ngafe* menunjukkan bahwa Teras Dakwah mengakomodasi aspirasi anak muda Islam di Yogyakarta. Atau sebaliknya bahwa kemunculan Teras Dakwah, kemasan program dakwahnya dan perkembangan kelebagaannya menunjukkan bentuk artikulasi identitas keislaman anak muda di Yogyakarta.

Berbeda dengan Teras Dakwah yang berpusat di luar masjid, di Yogyakarta ada komunitas anak muda berbasis masjid yang sangat populer yaitu pemuda masjid Jogokarian, sebuah masjid beraliansi Muhammadiyah yang terkenal dengan program-program dakwahnya yang mengemuka. Selain itu, Masjid Jogokarian sering menjadi tempat berlangsungnya acara-acara dakwah nasional dan internasional. Tour Artis Hijrah, misalnya, acara ini mendatangkan artis-artis hijrah seperti Tengku Wisnu, Arie Untung, dan lainnya. Acara ini disambut baik oleh anak muda Islam Yogyakarta. Mereka memadati tempat berlangsungnya acara dan larut dalam *sharing hijrah* yang disampaikan oleh artis-artis hijrah. Artis hijrah menjadi fenomena mengemuka belakangan ini di ruang publik Indonesia. Mereka mewakili kultur Muslim kelas menengah atas yang dekat dengan budaya hedonistik.

Selain Tour Artis Hijrah, acara Bikers Jogja adalah contoh lain dari program dakwah yang berpusat di Masjid Jogokarian. Bikers Jogja menunjukkan model dakwah populer yang mengakomodasi aspirasi anak muda Indonesia. Aspirasi anak muda Indonesia belakangan ini cenderung menyukai kegiatan seperti *tour* ataupun bermotor. Ihtwal ini mulai mengemuka di ruang publik Indonesia ketika muncul penceramah muda, Ustaz Jefri Al-Bukhori (w.2013) yang tampil dalam balutan simbol anak muda seperti bermotor atau *tour*. Bahkan Uje, begitu dia akrab dipanggil, dikenal sebagai dai yang suka dengan *motor gede (moge)* atau dikenal dengan istilah motor besar.

Seperti halnya Teras Dakwah dan pemuda Masjid Jogokarian yang dimotori oleh kalangan anak muda Yogyakarta, di Bandung, komunitas Pemuda Hijrah atau yang dikenal dengan *Shift* sangat populer di kalangan anak muda Islam Bandung. *Shift* merupakan komunitas anak muda Islam yang berpusat di Masjid Salman ITB yang digawangi oleh ustaz populer di Indonesia, Hanan Attaki. Sebelum *Shift*, pada tahun 70-an, di Masjid Salman ITB telah ada gerakan dakwah anak muda yang digagas oleh Imaduddin Abdurrahim atau yang dikenal Bang Imad, dosen di ITB. Bang Imad membuat program dakwah yang sangat populer di tahun 70-an yang dikenal dengan Latihan Mujahid Dakwah (LMD). Program LMD ini yang belakangan mendorong munculnya komunitas-komunitas dakwah anak muda di Bandung, salah satunya *Shift* (Han, 2018).

Seperti halnya Teras Dakwah yang sarat dengan balutan simbol anak muda, *Shift* juga tampil dengan kemasan anak muda Islam Indonesia. Ini terlihat dari nama komunitas *shift* itu sendiri yang menggunakan diksi berbahasa Inggris, "*shift*", yang berarti perubahan atau perpindahan. Kemudian Ustaz Hanan Attaki, ustaz yang sangat populer di kalangan *Shift* juga tampil dengan balutan identitas anak muda perkotaan (Han, 2018). Dia lebih sering menggunakan kupluk ketimbang peci, menggunakan kemeja *flanel* dan menggunakan bahasa-bahasa populer atau istilah Yasmin Mool (2012) dikenal dengan istilah *storytelling* (penuturan kisah). Meskipun demikian, Ustaz Hanan Attaki bukanlah termasuk dalam golongan otoritas keagamaan baru (*new religious authority*) atau ustaz yang tidak memiliki

latar belakang keilmuan agama. Ustaz Hanan Attaki pada dasarnya adalah otoritas keagamaan tradisional. Dia meniti jalur keilmuan agama yang kuat. Dia alumni Al-Azhar Kairo, sebuah universitas Islam terkenal di dunia, sehingga memiliki kemampuan untuk mengakses sumber-sumber Islam klasik. Namun, berkat media baru, dia menjadi ustaz selebriti, karena media baru mampu membentuk kultur selebriti seorang ulama (*traditionally religious authority*) (Triantoro, 2019b, 2019a).

Selain tampil dalam balutan pakaian anak muda perkotaan pada umumnya, dalam sebuah kesempatan Hanan Attaki juga menunjukkan aktivitasnya sebagai anak muda dengan berselancar bersama anggota *Shift* lainnya. Inong, salah satu anggota *shift* yang juga menjadi tim kreatif di balik kesuksesan *Shift*. Dia merupakan mantan pemain *skateboard* dan mengemas program-program *Shift* dengan gaya populer. Kang Inong, begitu dia akrab disapa, berusaha mengemas program dakwah *Shift* dengan simbol-simbol anak muda. Semisal, dia membuat istilah lain untuk menyebut kajian keagamaan (pengajian) dengan istilah *sharing night*. Kemudian *shift ulin*, sebuah kegiatan yang dalam bahasa sunda artinya main-main atau jalan-jalan, *shift weekend* dan lainnya (Han, 2018).

Ihwal di atas menunjukkan artikulasi identitas keislaman anak muda di Bandung melalui komunitas dakwah. Kemudian sentuhan diksi berbahasa Inggris menunjukkan bahwa anak muda Islam pada konteks tertentu mencoba mendialogkan (*engagement*) antara Islam dengan Barat. Para aktivis *Shift* tidak menamakan kegiatan pengajian mereka dengan sebutan majelis taklim atau pengajian, melainkan dengan diksi-diksi populer. Ini merupakan pengaruh dari globalisasi dan wacana internasionalisasi yang berkembang di Indonesia. Internasionalisasi memaksa masyarakat untuk melakukan perubahan sosial yang semakin kompetitif dan pada gilirannya bahasa menjadi salah satu aspek penting yang harus disiapkan masyarakat untuk menghadapi wacana internasionalisasi tersebut.

Selain Yogyakarta dan Bandung, aktivisme dakwah yang dimotori oleh anak muda Islam juga sangat mengemuka di Kota Pekanbaru. Ihwal ini terlihat dari banyaknya komunitas-komunitas dakwah yang bermunculan di kota tersebut. Beberapa komunitas anak muda Islam di Pekanbaru yaitu Sahabat Hijrah, Forum Pemuda Masjid Raya (Fodamara), Forum Silaturahmi Remaja Masjid Muthmainnah (FSRMM), yang belakangan berganti nama menjadi Forum Silaturahmi Remaja Masjid dan Mahasiswa (FSRMM), dan lainnya. Sahabat Hijrah, misalnya, adalah wadah berkumpulnya anak muda Islam di Pekanbaru yang berpusat di Masjid Raya An-Nur Pekanbaru. Sebagian besar keanggotaan Sahabat Hijrah adalah anak-anak muda yang juga bergabung dengan dua komunitas dakwah lainnya seperti Fodamara dan FSRMM. Seperti halnya *Shift* di Bandung yang memiliki tokoh populer di kalangan mereka yaitu Ustaz Hanan Attaki, Sahabat Hijrah juga memiliki ustaz populer di kalangan mereka yaitu Ustaz Doni Putra. Dia alumni Al-Azhar, Mesir dan berpenampilan layaknya anak muda pada umumnya. Sosok Ustaz Doni Putra sangat populer di kalangan aktivis Sahabat Hijrah. Dia sering mengemas dakwahnya sesuai aspirasi anak muda. Menggunakan motor besar atau *motor gede (moge)*, misalnya, adalah cara dia untuk mengakomodasi budaya anak muda perkotaan yang sangat mengemuka belakangan ini. Kemudian program dakwah mereka juga dikemas dengan diksi-diksi populer. Salah satu acara yang sangat populer adalah *Satnite Move On*, sebuah acara dakwah yang diadakan pada

malam minggu di sejumlah tempat seperti masjid provinsi maupun di stadion-stadion. Acara ini juga mendatangkan ustaz-ustaz muda populer seperti Hanan Attaki, Muzzamil Hasballah dan lainnya.

Komunitas anak muda Islam di Pekanbaru yang juga sangat populer adalah Fodamara, salah satu komunitas dakwah anak muda yang berbasis di Masjid Raya Senapelan Pekanbaru. Berdiri sejak tahun 2014, Fodamara telah berhasil menarik anak muda Islam dari berbagai latar belakang pendidikan dan usia seperti mahasiswa, pelajar, karyawan dan lainnya untuk memakmurkan masjid melalui kegiatan-kegiatan keagamaan. Begitu juga dengan FSRMM, sebuah komunitas dakwah yang berbasis di Masjid Muthmainnah, Polda Riau (saat ini berpusat di Jalan Paus Pekanbaru). FSRMM yang berawal dari aktivitas sejumlah kerohanian Islam (Rohis) SMA yang mengikuti kegiatan pembinaan remaja masjid di Masjid Muthmainnah Polda Riau secara aktif menggelar berbagai program dakwah seperti pembinaan keimanan dan mental di kalangan pemuda Pekanbaru. Mereka juga aktif mengundang penceramah-penceramah dari luar Kota Pekanbaru untuk mengisi program dakwah mereka. Riau Moslem Gathering (RMG), misalnya, kegiatan ini menghadirkan penceramah populer sekaligus penulis buku Islam berideologi Tarbawi terkenal di Indonesia, Ustaz Salim A. Fillah dari Yogyakarta.

Dari ketiga komunitas dakwah anak muda Islam Pekanbaru di atas, mulai dari Sahabat Hijrah, Fodamara sampai FSRMM, mereka aktif di media sosial. Bahkan menurut penelitian saya sebelumnya (Triantoro, 2019b, 2019a), tiga komunitas ini mempunyai peran signifikan dalam mendiseminasikan ceramah-ceramah Ustaz Abdul Somad, seorang ustaz populer di Indonesia yang mendapatkan popularitas melalui media sosial dan karir keulamaannya di *Youtube*. Berdasarkan data *etnografi online* saya di tahun 2018-2019 menunjukkan akun *Youtube* mereka (tidak termasuk Sahabat Hijrah) dipenuhi dengan postingan ceramah-ceramah Ustaz Abdul Somad atau yang akrab disapa UAS.

Di samping itu, mereka memiliki perbedaan tersendiri dengan komunitas dakwah anak muda di kota lainnya seperti Yogyakarta dan Bandung. Teras Dakwah, misalnya, mereka tidak memfokuskan kajiannya di masjid, melainkan di teras rumahan. Begitu pula dengan *Shift*, mereka menamakan komunitas mereka dengan diksi populer (bahasa Inggris) dan menghindari penggunaan diksi-diksi Islam seperti hijrah, sebuah diksi yang merujuk pada perjalanan Nabi Muhammad dari Mekkah ke Madinah. Berbeda dengan *Shift*, Sahabat Hijrah justru menggunakan diksi Islam seperti Hijrah untuk menamakan komunitasnya. Atau seperti dua komunitas dakwah lainnya, Fodamara dan FSRMM, misalnya, mereka membawa identitas ataupun simbol Islam seperti istilah masjid untuk menamakan komunitasnya. Meskipun demikian, komunitas-komunitas dakwah tersebut, baik yang berbasis di Yogyakarta, Bandung maupun di Pekanbaru selalu mengemas program dakwahnya dengan sentuhan budaya populer. Ini menunjukkan adanya bentuk negosiasi antara artikulasi keislaman anak muda dengan budaya populer yang sangat mengemuka belakangan ini di kalangan anak muda Islam di Indonesia. Pada gilirannya, ekspresi keislaman anak muda Islam saat ini berbeda dengan artikulasi para pendahulu mereka.

Anak Muda, Nasyid dan Sholawat

Tampil dalam balutan sorban putih dan jubah berwarna hijau muda, Habib Syech, seorang pelantun sholawat terkenal di Indonesia sekaligus mempunyai garis keturunan dengan Nabi Muhammad tampak mempesona di hadapan Masyarakat Riau. Acara bertajuk Riau Bersholawat di tahun 2017 tersebut ramai dihadiri oleh anak muda Islam Pekanbaru. Dengan membawa bendera khas pengikut Habib Syech atau dikenal dengan sebutan Syeikhermania, mereka terbawa dalam lantunan sholawat yang dibawakan oleh Habib Syech. Sebagian dari mereka juga membawa bendera khas kalangan Nahdlatul Ulama (NU). Sholawat dan Nahdlatul Ulama memang saling berkelindan kuat, sehingga tidak heran acara yang dipimpin Habib Syekh tersebut diapresiasi oleh anak muda NU. Dalam sebuah lirik shalawat Syiir NU yang diadaptasi dari lagu berjudul Padang Bulan, Habib Syech menyebutkan kata “NU” seperti di bawah ini:

Tahun 26 Lahire NU
Ijo ijo Banderane NU
Gambar Jagad Simbule NU
Bintang songo Lambange NU

Suriyah Ulama 'e NU
Tanfidziyah pelaksana NU
GP Anshor pemuda NU
Fatayat Pemudi NU

Tahlilan hadiahe NU
Manaqiban washilahe NU
Wiridan rutinane NU
Maulidan sholawatane NU

Nganggo Usholli Sholathe NU
Adzan pindo Jum'atane NU
Nganggo qunut subuhe NU
Dzikir bareng amalane NU

Habib Syekh Gurune NU
Habib Syekh idolane NU
Habib Syekh digandrungi NU

Rebana menjadi alat musik Islam yang selalu digunakan Habib Syech ketika menyanyikan sholawatnya di panggung-panggung terbuka. Syair sholawatnya juga tidak selalu menggunakan diksi bahasa Arab (semisal, *Ya Habibal Qolbi, Qomarun*), dia juga mengkolaborasikan dengan bahasa Indonesia (semisal, *Kisah Sang Rasul*) maupun bahasa Jawa (semisal, *Padang Bulan, Turi Putih, dan lainnya*). Tidak hanya menggemakan sholawat, salah satu “ritual” penting dari penampilan Habib Syech adalah doa. Klaim otoritasnya sebagai keturunan Nabi membuat doa dari Habib Syech sangat ditunggu-tunggu penggemarnya.

Belakangan muncul model sholawat populer yang didedahkan oleh anak muda Islam seperti Nisa Sabyan, Gus Azmi dan lainnya. Mereka berasal dari kultur anak muda Islam, baik yang berlatar belakang Islam tradisional maupun pendidikan non-Islam (sekuler). Nisa Sabyan, misalnya, dia salah satu pelantun sholawat wanita Indonesia yang banyak disukai oleh kalangan anak muda Islam. Bersama kelompok musiknya, Sabyan Gambus, Nisa Sabyan mengunggah video sholawatnya ke *Youtube* hingga namanya populer di Indonesia. Beberapa sholawat populer yang didengungkannya antara lain *Deen Assalam, Qomarun, Ya Habibal*

Qalbi, Ya Maulana dan lainnya. Gus Azmi adalah contoh lain dari pelantun sholawat populer di Indonesia. Berbeda dengan Nisa Sabyan yang berasal dari pendidikan non-Islam (SMKN 56 Jakarta), Gus Azmi mewakili kultur anak muda Pesantren. Dia seorang santri di Pondok Pesantren Nurul Qodim Kalikajar Paiton Probolinggo yang diasuh oleh KH. Hafidzul Hakim Noer. Bersama group sholawat Syubbanul Muslimin yang telah didirikan sejak 2005, Gus Azmi melantunkan lagu-lagu sholawatnya dengan suara yang merdu. Di antara lagu sholawat yang membuat Gus Azmi populer adalah *Ya Asyiqal Musthafa, Cinta Dalam Istikharah, Ibu Aku Rindu* dan lainnya.

Dua sosok pelantun lagu sholawat di atas, Nisa Sabyan dan Gus Azmi menunjukkan pergeseran lagu sholawat di Indonesia dari yang beraliran tradisional seperti yang didengungkan oleh Habib Syech hingga lagu sholawat yang beraliran populer seperti Nisa Sabyan dan Gus Azmi. Berbeda dengan Habib Syech yang menggunakan alat musik tradisional berupa rebana, Nisa Sabyan justru menggunakan alat-alat musik modern seperti *keyboard*, gitar dan lainnya. Namun, pada kasus Gus Azmi, dia sama seperti Habib Syech yang menggunakan alat musik tradisional, tetapi irama musiknya berbeda. Meskipun demikian, Nisa Sabyan dan Gus Azmi sangat populer di kalangan anak muda Islam di Indonesia, utamanya bagi mereka yang akrab dengan media sosial. Lagu-lagu sholawat keduanya tersebar luas di ruang-ruang *online*. Di *Youtube*, misalnya, lagu sholawat Nisa Sabyan dapat dilihat melalui akun resminya Official Sabyan Gambus dan Gus Azmi melalui akun Syubbanul Muslimin.

Pada sub-bab ini, menarik untuk membandingkan ekspresi anak muda Islam terkait musik Islam di dua negara yang mayoritas berpenduduk Muslim seperti Indonesia dan Malaysia. Berbeda dengan anak muda Islam di Indonesia belakangan ini yang lebih mengapresiasi lagu-lagu sholawat seperti Nisa Sabyan dan Gus Azmi, Malaysia justru sangat populer dengan lagu-lagu Islam yang dibawakan oleh kelompok-kelompok nasyid. Popularitas kelompok nasyid di Malaysia tidak hanya di kawasan regionalnya, tetapi juga mempengaruhi lanskap musik Islam di wilayah-wilayah lainnya termasuk Indonesia. Pada tahun 1990-an sampai awal 2000-an, anak muda Islam Indonesia sangat menikmati lantunan-lantunan nasyid yang dibawakan oleh anak-anak muda Malaysia. Kelompok Nasyid Raihan, misalnya, mereka sangat populer di kalangan anak muda Islam Indonesia. Beberapa lagu Raihan yang sangat populer di akhir tahun 90-an dan awal 2000-an antara lain: *Puji-Pujian, Peristiwa Subuh, Bismillah, Demi Masa* dan lainnya. Musik-musik tersebut sering ditampilkan oleh beberapa stasiun TV swasta, khususnya pada acara-acara keagamaan di Bulan Ramadhan (IDN Times, 2019).

Seperti halnya Malaysia yang sangat mengapresiasi kelompok-kelompok nasyid seperti Raihan, pada tahun 90-an Indonesia juga memiliki kelompok-kelompok nasyid yang sangat mengemuka di ruang publik Indonesia. Kelompok-kelompok nasyid seperti Snada, Justice Voice dan Izzatul Islam sebagai contohnya. Seperti halnya Raihan di Malaysia yang mempopulerkan musik-musik Islam, kelompok-kelompok nasyid di Indonesia juga mendengungkan musik-musik Islam di ruang publik. Namun, mereka tidak hanya mempromosikan gaya musik Islam, mereka juga mengolaborasikan instrumen musiknya. Justice Voice (JV), misalnya, mereka menggabungkan musik nasyid R&B dan musik pop

serta lirik-lirik populer untuk menarik perhatian anak muda Islam Indonesia. JV tampil dalam balutan *fashion* yang trendi dan gaya rambut yang mencerminkan boyband barat. Kelompok nasyid lainnya seperti Izzatul Islam, misalnya, mereka membuat penekanan lirik-lirik lagunya pada semangat jihad (Barendregt, 2006).

Pada perkembangannya, kelompok-kelompok nasyid seperti Snada, JV dan Izzatul Islam digantikan dengan tren baru yang sangat populer di kalangan anak muda Islam Indonesia yaitu sholawat populer. Lagu sholawat seperti yang dibawakan oleh Nissa Sabyan dan Gus Azmi tampaknya mewakili kultur anak muda Islam Indonesia yang cenderung menyukai Islam dengan balutan modernisasi. Nissa Sabyan, misalnya, dia mewakili kultur anak muda sekolahan yang tampil dalam balutan pakaian trendi tapi *syar'i*. Sedangkan Gus Azmi dia mewakili kultur anak muda Pesantren yang tampil dalam balutan pakaian Islam (koko) dan peci tapi sangat terbuka dengan budaya modern seperti penggunaan media sosial dan instrumen musiknya.

Anak Muda dan Media Sosial

Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2018 menunjukkan bahwa anak muda merupakan pengguna internet terbesar di Indonesia. Dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 264,16 juta jiwa, penduduk yang menggunakan internet yaitu sekitar 171,17 juta jiwa dan didominasi oleh anak-anak muda berusia 15-19 tahun dan 20-24 tahun. Anak-anak muda berusia 15-19 tahun yang menggunakan internet berjumlah 91% dan usia 20-24 tahun berjumlah 88, 5% (APJII, 2018). Ihwal ini mengilustrasikan bahwa kehidupan anak muda tidak bisa dipisahkan dari media sosial. Media sosial memberikan kemudahan ruang interaksi dalam kehidupan sehari-hari. Tidak jarang, anak muda Islam menggunakan telepon pintar (*smarthphone*) mereka untuk berkirip pesan kepada sesamanya.

Perkembangan media sosial yang menyediakan berbagai platform seperti *whatsapp*, *youtube*, *instagram*, *twitter* dan lainnya membuat anak muda Islam semakin aktif berinteraksi melalui ruang-ruang virtual. Mereka secara masif menggunakan *whatsapp* untuk berkirip pesan, foto, video ataupun rekaman suara. Tidak jarang mereka juga mengunggah aktivitas kesehariannya ke dalam *story WA*. Selain itu, mereka juga membuat ruang-ruang diskusi virtual atau yang dikenal dengan *WAG (Whatsapp Group)* untuk memudahkan mereka berinteraksi dengan banyak arah. *WAG* juga dapat mempertemukan orang-orang yang berasal dari latar belakang pendidikan, ideologi, organisasi, dan hobi yang sama.

Dalam fitur *story WA*, anak muda juga sering mengunggah video-video singkat dari sejumlah pengkhotbah Muslim ataupun poster-poster Islam. Dalam konteks ini media sosial sebenarnya membuat dan memperluas ruang kesalehan baru bagi anak-anak muda Islam. Singkatnya, mereka tidak hanya berpeluang menjadi anak muda saleh di ruang *offline*, tetapi juga menjadi saleh di ruang *online*. Studi yang dilakukan oleh Dayana Lengauer, (2018) menunjukkan bahwa media digital menjadi sarana untuk "*sharing ketaqwaan*" bagi komunitas anak muda di Bandung.

Selain *Whatsapp*, *Instagram* juga menjadi media sosial yang digemari oleh anak muda Islam. Melalui *Instagram*, anak muda Islam sering mengunggah foto dan video. Berbeda

dengan WA yang menyediakan durasi video sangat singkat yaitu sekitar 30 detik, *Instagram* memiliki fasilitas video yang jauh lebih panjang yaitu sekitar 1 menit. Melalui halaman WA dan *Instagram*, anak muda Islam secara bebas saling berbalas komentar atas unggahannya. Namun, berbeda pula dengan *Youtube* yang hanya menyediakan fitur video. Di *Youtube*, anak muda Islam bebas mengakses berbagai jenis video dengan durasi yang panjang. Sebagian anak muda juga mengakses video-video keagamaan melalui *Youtube*.

Belakangan ini, banyak pengkhotbah Muslim yang menggunakan *Youtube* untuk mendiseminasikan dakwahnya. Ustaz Abdul Somad (UAS), Ustaz Hanan Attaki (UHA), dan Ustaz Adi Hidayat (UAH) adalah contoh terbaik untuk menjelaskan fenomena tersebut. UAS, misalnya, ceramahnya sangat populer di *Youtube*. Melalui Tafaqquh Video yang juga merupakan tim pertama yang banyak mengunggah ceramah Ustaz Abdul Somad di *Youtube* (saat ini video Ustaz Abdul Somad diunggah oleh akun UAS Official) membuat UAS sangat populer di Indonesia. Namun, media sosial bukanlah satu-satunya media yang membuat UAS populer. Tulisan saya sebelumnya menunjukkan bahwa klaim keulamaan UAS juga menjadi faktor pendukung popularitas UAS. Kolaborasi antara klaim keulamaan dengan media sosial membuat UAS menjadi sosok dai selebriti yang mumpuni (Triantoro, 2019b).

Keterkaitan anak muda Islam dengan media sosial semakin meningkat bersamaan dengan munculnya pengkhotbah Muslim baru yang sering tampil di media sosial. Dalam studi antropologi, otoritas keagamaan baru adalah mereka yang berasal dari sistem pendidikan sekuler (non-Islam) dan tidak memiliki akses terhadap kitab-kitab Islam klasik. Layaknya seorang anak muda yang suka bermedia sosial, para pengkhotbah Muslim baru ini juga sering mengunggah aktivitas kesehariannya. Berbeda dengan otoritas keagamaan tradisional seperti Ustaz Abdul Somad, Ustaz Adi Hidayat dan lainnya yang memiliki jalur keilmuan agama Islam yang kuat, para pengkhotbah Muslim baru membangun otoritasnya melalui media baru. Popularitas mereka diperoleh berkat kemampuannya mengemas pesan-pesan keagamaan melalui media sosial, bukan pada klaim keulamaan seperti halnya otoritas tradisional.

Felix Siau, misalnya, dia termasuk ke dalam kelompok otoritas keagamaan baru. Dia tidak mempunyai latar belakang pendidikan Islam yang kuat ataupun pesantren. Dia merupakan alumni pendidikan tinggi sekuler (non-Islam), Institut Pertanian Bogor (IPB). Meskipun demikian, dia sangat populer di kalangan anak muda Tarbiyah. Dia menguasai kemampuan komunikasi media. Dia sangat aktif di Instagram dan menyebarkan pesan ideologinya melalui *caption* Instagramnya. Siau berhasil mengemas pesan keagamaannya dengan seni dakwah populer, sehingga menarik perhatian anak muda Islam (Hew, 2018).

Situs penelusuran *google* juga menjadi sarana penting bagi anak muda Islam untuk mengakses sumber-sumber keagamaan dan pengetahuan lainnya. Mahasiswa, dosen, peneliti dan lainnya secara masif menggunakan *google* untuk mengakses sumber-sumber perkuliahan dan bahan-bahan penelitian. Studi yang dilakukan oleh Hosen (2008) menunjukkan bahwa *google* menjadi sarana untuk mencari sumber-sumber keagamaan ataupun fatwa. Sumber-sumber keagamaan sangat berlimpah di *google* baik yang berbentuk teks, foto, video, *blog*, makalah, sumber teks asli, maupun buku-buku terjemahan. Selain itu, ideologi-ideologi Islam baik yang bernada radikal, ekstremisme, maupun yang moderat juga tersebar luas di *google*.

Ini merupakan konsekuensi dari sifat internet yang terbebas dari *gate keeper* seperti redaktur, editor maupun sutradara.

Anak Muda Islam dan *Fashion*

Fenomena yang sangat mengemuka belakangan ini di Indonesia adalah munculnya komunitas-komunitas hijab seperti *Hijabers Community* yang digagas oleh Dian Pelangi dan teman-temannya. Mereka mencoba mengartikulasikan identitas keislamannya melalui gaya berpakaian. *HC* sangat berkembang pesat dan memiliki beberapa cabang di kota-kota di Indonesia. Popularitasnya tentu saja bersamaan dengan meningkatnya Muslim kelas menengah ke atas di Indonesia.

Fenomena *HC* sangat menginspirasi gaya berpakaian anak muda Islam Indonesia. Sosok Dian Pelangi menunjukkan citra seorang Muslimah yang dapat tampil di ruang publik dengan pakaian *syar'i*, tetapi tetap terlihat modern. Foto-foto dirinya yang mengenakan hijab *syar'i* dan trendi sangat mengemuka di akun Instagramnya. Popularitas hijab *syar'i* dan trendi ini bersamaan dengan munculnya butik-butik Islam dan *brand-brand* pakaian Islam terkenal di Indonesia. Toko Butik Dian Pelangi, misalnya, toko butik ini tersebar luas di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Pekanbaru dan lainnya. Contoh lainnya, misalnya, *brand fashion* Islam terkenal seperti Rabbani yang diendorse oleh Ustaz Selebriti Indonesia, Ustaz Soleh Mahmud atau yang akrab disapa Ustaz Solmed.

Produk-produk yang ditawarkan oleh Dian Pelangi dan Rabbani adalah pakaian-pakaian Islam yang membidik anak muda Islam kelas menengah ke atas. Dalam konteks warna dan bentuk, misalnya, hijab yang ditawarkan oleh Dian Pelangi lebih pada warna-warna cerah dan bentuk-bentuk modern. Begitu pula dengan Rabbani, ketika saya mengunjungi toko Rabbani di Pekanbaru, saya melihat model-model pakaian yang ditampilkan Rabbani lebih terlihat baru dan modern. Selain itu, dari segi harga, pakaian-pakaian Islam yang diinisiasi oleh Rabbani dan Dian Pelangi juga sesuai dengan kelas sosial Muslim kelas menengah ke atas.

Memakai pakaian yang *syar'i* tetapi tetap trendi bukanlah satu-satunya artikulasi identitas Muslimah di Indonesia. Ada bentuk artikulasi Islam lainnya terkait cara berpakaian, misalnya memakai cadar, gamis panjang dan lainnya. Observasi saya di salah satu perguruan tinggi Islam di Pekanbaru, UIN Sultan Syarif Kasim, misalnya, saya melihat banyak perempuan-perempuan Islam menggunakan cadar dan gamis panjang yang sering digunakan oleh kalangan Salafi. Namun, ini memerlukan penelitian lanjutan mengenai apakah mereka yang menggunakan cadar berafiliasi dengan kelompok salafi atukah hanya mengikuti tren yang berkembang saja. Tentu saja bukan di sini untuk mengeksplorasi ihwal tersebut. Di bagian ini saya hanya menunjukkan bahwa ada ekspresi keislaman yang ditampilkan oleh perempuan-perempuan Islam terkait cara berpakaian, terlepas dari apa orientasi ideologi mereka.

Nur Aida, salah seorang mahasiswi bercadar mengatakan bahwa dia menggunakan cadar bukan karena pengaruh dari organisasi Islam tertentu seperti Salafi, misalnya, tetapi mengikuti teman-temannya. Namun, setelah menggunakan cadar di awal-awal kuliahnya, dia sering mengikuti kajian salafi di Masjid Abu Darda II Pekanbaru, sebuah masjid yang diinisiasi oleh kalangan Salafi. Ihwal ini menunjukkan bahwa negosiasi tidak hanya terjadi

ketika budaya luar bertemu dengan identitas Islam, tetapi negosiasi juga terjadi ketika seseorang telah memilih kebudayaan Islam tertentu. Pada konteks itu, seseorang berusaha beradaptasi dengan kebudayaan baru yang dia pilih.

Fenomena lainnya yang juga mengemuka di Indonesia, khususnya yang diinisiasi oleh kelompok Salafi yaitu kaos Islam. Kunjungan saya ke Toko Ar-Rafa di Surakarta menunjukkan bahwa kaos Islam menjadi tren yang sangat mengemuka. Toko Ar-Rafa *Fashion* yang memiliki hubungan dengan Pesantren Al-Mukmin Ngruki merupakan salah satu toko pakaian yang menjual berbagai kaos Islam dengan ideologi jihadis. Ideologi jihadisnya tercermin dalam tulisan-tulisan di kaos-kaos yang mereka produksi seperti *The Spirit Jihad*, *Jihad is Our Way* dan lainnya (Saputra, 2019).

Selain Rafa Muslim *Fashion*, kaos dakwah juga banyak dipromosikan oleh *brand-brand* pakaian Islam lainnya. Saat saya mengunjungi Festival Goro Assalam di Surakarta pada 2019, saya mengamati *brand* pakaian Islam terkenal, Elfaza juga mempromosikan kaos-kaos Islam. Namun, tulisan-tulisan yang ditampilkan dalam kaos yang mereka produksi tidak cenderung menampilkan ideologi jihadis, tetapi cenderung bahasa dakwah yang dikemas dengan bahasa *slang* (populer). Kemudian sejauh pengamatan saya, *stand* Elfaza banyak dikunjungi oleh anak muda Islam.

Simpulan

Artikel ini telah menunjukkan beberapa bentuk ekspresi identitas keislaman di kalangan anak muda Islam Indonesia. Dalam artikel ini saya telah menunjukkan bahwa anak muda Islam Indonesia dalam mengekspresikan keislamannya selalu menegosiasikan dengan simbol-simbol budaya populer dan pada gilirannya berbeda dengan praktik keislaman para pendahulu mereka. Saat ini anak-anak muda Islam Indonesia suka membentuk komunitas-komunitas dakwah baik yang berbasis di masjid maupun di luar masjid. Mereka secara masif membuat program-program dakwah populer yang mengakomodir identitas keislaman mereka. Selain itu, anak muda Islam Indonesia saat ini cenderung menyukai lagu-lagu sholawat populer seperti yang dilantunkan oleh Nissa Sabyan dan Guz Azmi. Selain irama sholawatnya yang berbeda dengan sholawat tradisional pada umumnya, sosok Nissa Sabyan dan Gus Azmi mampu mewakili kultur anak muda Islam Indonesia, sehingga mereka sangat disukai oleh anak-anak muda Islam. Kemudian hal lain yang juga mengemuka adalah bahwa belakangan ini anak muda Islam sangat masif menggunakan media sosial untuk mengekspresikan identitasnya sebagai seorang Muslim dan mencari sumber pengetahuan keagamaan. Selain itu, anak muda Islam Indonesia juga mengekspresikan identitas keislaman mereka melalui cara berpakaian yang *syar'i* dan trendi. Akhirnya, artikel ini telah menunjukkan beberapa ekspresi keislaman anak muda Islam di Indonesia. Masih banyak ekspresi anak muda Islam lainnya yang belum tersentuh di dalam artikel ini, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperkaya ekspresi-ekspresi anak muda Islam lainnya di Indonesia.

Referensi

- APJII. (2018). Laporan Survei dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018, dikutip dari: <https://www.apjii.or.id/survei>.
- Barendregt, B. (2006). Cyber-nasyid: Transnational soundscapes in Muslim Southeast Asia. In T. J. M. Holden & T. J. Scrase (Eds.), *Medi@sia: Global media/tion in and out of context* (pp. 170–187). Routledge. <http://public.eblib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=273789>
- Han, M. I. (2018). *Anak Muda, Dakwah Jalanan dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan: Studi Atas Gerakan Dakwah Pemuda Hijrah dan Pemuda Hidayah*. UIN Sunan Kalijaga.
- Hefner, R. W. (1993). Islam, State, and Civil Society: ICMI and the Struggle for the Indonesian Middle Class. *Indonesia*, 56, 1. <https://doi.org/10.2307/3351197>
- Heryanto, A. (1999). The years of living luxuriously: Identity politics of Indonesia's New Rich. In M. Pinches (Ed.), *Culture and privilege in capitalist Asia* (pp. 159–187). Routledge.
- Hew, W. W. (2018). The Art of Dakwah: Social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siauw. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 61–79. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>
- Hosen, N. (2008). Online Fatwa in Indonesia: From Fatwa Shopping to Goggling a Kiai. In G. Fealy & S. White (Eds.), *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia* (pp. 159–173). Institute of Southeast Asian Studies.
- IDN Times. (2019). 9 Lagu Lawas Grup Nasyid Raihan Ini Pernah Hits di Tanah Air. diakses melalui <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/fasrinisyah-suryaningtyas/daftar-lagu-lawas-grup-nasyid-raihan-c1c2/6>
- Kailani, N. (2012). Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia. *RIMA: Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, 46(1), 33–53.
- Kozinet, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage Publishing.
- Lengauer, D. (2018). Sharing semangat taqwa: Social media and digital Islamic socialities in Bandung. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 5–23. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415276>
- Moll, Y. (2012). Storytelling, Sincerity, and Islamic Televangelism in Egypt. In P. N. Thomas & P. Lee (Eds.), *Global and Local Televangelism* (pp. 21–44). Palgrave Macmillan.
- Muslim, A. (2017). Digital Religion and Religious Life in Southeast Asia. *Asiascape: Digital Asia*, 4(1–2), 33–51. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340067>
- Nisa, E. F. (2018). Social media and the birth of an Islamic social movement: ODOJ (One Day One Juz) in contemporary Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 24–43. <https://doi.org/10.1080/13639811.2017.1416758>
- Rijal, S. (2018). Kaum Muda Pecinta Habaib: Kesalehan Populer dan Ekspresi Anak Muda di Ibu Kota. *Jurnal Afkaruna*, 14(2), 166–189.
- Rosyad, R. (2007). *A Quest for True Islam: A Study of the Islamic Resurgence Movement among the Youth in Bandung, Indonesia*. Australian National University.
- Saputra, E. (2019). Kaos Dakwah: Wacana Kesalehan, Pasar Islam, dan Ideologi Islam. *Jurnal Penamas*, 32(1), 519–538.
- Smith-Hefner, N. J. (2007). Javanese Women and the Veil in Post-Soeharto Indonesia. *The Journal of Asian Studies*, 66(2), 389–420. <https://doi.org/10.1017/S0021911807000575>

- Triantoro, D. A. (2018). Dakwah dan Kesalehan: Studi tentang Gerakan Teras Dakwah di Kalangan Remaja Yogyakarta. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 20(2), 273. <https://doi.org/10.14203/jmb.v20i2.624>
- Triantoro, D. A. (2019a). *Ustaz Abdul Somad, Otoritas Karismatik, dan Media Baru*. UIN Sunan Kalijaga.
- Triantoro, D. A. (2019b). *Ustaz Abdul Somad: Ustaz Karismatik Dunia Digital*. Diandra Publishing dan Omah Ilmu.
- Triantoro, D. A., Saputra, E., & Wahyuni, T. (2019). Mengelola Hibridasi Identitas Anak Muda Islam: Studi Pada Lembaga Teras Dakwah di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(2), 113–139.
- Wajidi, F. (2011). Kaum Muda dan Pluralisme Kewargaan. In Z. A. Bagir (Ed.), *Pluralisme Kewargaan: Arah Baru Politik Keragaman di Indonesia*. CRCS-Mizan.