

Dakwah, Identitas Lokal, dan Media Sosial: Spirit Pemuda Hijrah (SPH) Baubau

Zait Hidayatullah¹ dan Ardiansyah²

^{1,2}STAI YPIQ Baubau

Email: ardiansyaha2828@gmail.com

Abstract: *Departing from the phenomenon of the youth da'wah movement which is very prominent in Indonesia in recent years, this paper examines one of the youth da'wah movements in Baubau, Southeast Sulawesi. Previous studies that examined the youth da'wah movement mostly focused on the youth da'wah movement in urban areas. Therefore, this paper focuses its study on the youth da'wah movement in the local scope. By focusing the case study on youth da'wah movements at the local level, this paper finds differences in the way they package their da'wah, especially when dealing with local identities. Based on the results of online interviews and ethnography, this paper finds that the Youth Spirit of Hijrah Baubau packaged their movement with local identities such as the Wolio language and symbols of local cultural buildings. Nevertheless, their da'wah program is still influenced by the da'wah movements of young people in more established cities, as well as using globalization products such as social media.*

Keywords: *Da'wah Movement, Local Identity, and Social Media*

Abstrak: Berangkat dari fenomena gerakan dakwah anak muda yang sangat mengemuka di Indonesia pada beberapa tahun belakangan ini, tulisan ini mengkaji tentang salah satu gerakan dakwah anak muda di Baubau, Sulawesi Tenggara. Kajian sebelumnya yang mengkaji gerakan dakwah anak muda sebagian besar terfokus pada gerakan dakwah anak muda di perkotaan. Oleh karena itu, tulisan ini memfokuskan kajiannya pada gerakan dakwah anak muda di ruang lingkup lokal. Dengan memfokuskan studi kasus pada gerakan dakwah anak muda di tingkat lokal, tulisan ini menemukan perbedaan-perbedaan terhadap cara mereka mengemas dakwahnya, terutama ketika berhadapan dengan identitas lokal. Berdasarkan hasil wawancara dan etnografi online, tulisan ini menemukan bahwa Spirit Pemuda Hijrah Baubau mengemas gerakan mereka dengan identitas lokal seperti bahasa *wolio* dan simbol bangunan budaya lokal. Meskipun demikian, program dakwah mereka tetap dipengaruhi oleh gerakan-gerakan dakwah anak muda di perkotaan yang lebih mapan, serta menggunakan produk globalisasi seperti media sosial.

Kata kunci: Gerakan Dakwah, Identitas Lokal, dan Media Sosial

Pendahuluan

Kajian mengenai dakwah di kalangan anak muda belakangan ini menarik perhatian bagi sejumlah peneliti. Namun, biasanya perhatian mereka terpusat pada gerakan dakwah anak muda di kota-kota besar di Indonesia. Untuk memberikan beberapa contohnya, misalnya, kajian yang dilakukan oleh Dilawati & Paelani (2021), mereka membahas tentang bagaimana strategi dakwah gerakan Pemuda Hijrah di Bandung (*Shift*) dan bagaimana mereka mengemas dakwahnya di kalangan anak muda milenial. Kemudian dengan mengambil studi kasus kota yang sama yaitu Bandung, Han (2018) mengkaji tentang gerakan dakwah Pemuda Hijrah dan Pemuda

Hidayah. Han melacak awal kemunculan kedua komunitas dakwah ini dan menjelaskan sosok figur ustaz di dua komunitas tersebut. Hasil temuannya menyimpulkan bahwa pada saat yang sama komunitas-komunitas dakwah anak muda di Bandung mengalami fragmentasi ke dalam sub-kultur anak-anak muda.

Selain di Bandung, Yogyakarta juga menjadi tempat munculnya sejumlah komunitas dakwah anak muda. Studi yang dilakukan oleh Triantoro (2018) mengkaji tentang Teras Dakwah, sebuah gerakan dakwah di Kampung Nitikan Yogyakarta. Triantoro memfokuskan kajiannya pada pergerakan dakwah Teras Dakwah yang mengemas dakwahnya dengan simbol-simbol budaya populer untuk menarik perhatian anak muda Muslim di Yogyakarta. Selain mengemas dakwahnya dengan simbol-simbol budaya populer, dalam penelitian lainnya, Masduki dan Triantoro (2022) menunjukkan konsep dakwah lainnya yang digagas oleh Teras Dakwah. Teras Dakwah tidak hanya menyediakan program-program kajian keagamaan bagi anak muda Muslim, tetapi juga terlibat dalam aksi-aksi sosial seperti memberikan bantuan sosial bagi korban bencana alam dan lainnya.

Jakarta sebagai ibu kota bagi Indonesia, menjadi kota yang memfasilitasi munculnya komunitas-komunitas dakwah urban. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri & Jayanti (2020) menganalisis fenomena hijrah yang tergabung dalam komunitas Kajian MuSaWaRah (Muda Sakinah Mawaddah wa Rahmah), komunitas yang didirikan oleh Arie Untung dan rekan-rekannya. Komunitas ini sebagian besar diikuti oleh para selebriti tanah air. Selain MuSaWaRah, *Hijaber Community* (HC) adalah contoh komunitas dakwah lainnya yang berkembang di Jakarta. Dengan mempromosikan tentang cara berpakaian yang Islami dan modern, HC sangat diminati oleh Muslimah perkotaan, utamanya para desainer muda (Triasari & Zamhari, 2021).

Beberapa kota di atas, mulai dari Bandung, Yogyakarta, sampai Jakarta adalah kota-kota di pulau Jawa. Lalu, apakah komunitas dakwah tumbuh subur juga di pulau-pulau lainnya seperti Sumatera, misalnya. Penelitian yang dilakukan oleh Triantoro & Zumiraj (2021) menunjukkan bahwa Pekanbaru termasuk kota yang aktif dengan komunitas dakwah anak mudanya. Mereka menelisik tentang dakwah pada komunitas Sahabat Hijrah. Penelitiannya menunjukkan bahwa Sahabat Hijrah mengonsep dakwah mereka dengan unsur-unsur budaya kesenangan seperti berolahraga. Kemudian di kota lainnya seperti Medan, penelitian yang dilakukan oleh Saputra dkk (2020) mengeksplorasi tentang Komunitas Sahabat Hijrakuu. Komunitas ini meskipun sekilas tampak sama dengan komunitas dakwah di Pekanbaru dalam segi nama, tetapi keduanya adalah komunitas yang berbeda dan tidak terkait satu sama lain. (Saputra et al., 2020) menganalisis tentang pola-pola gerakan dakwah pada komunitas Sahabat Hijrakuu.

Penelitian-penelitian sebelumnya terfokus pada komunitas dakwah di kota-kota besar di Indonesia yang dekat dengan pusat ibu kota negara. Sedikit sekali penelitian yang mengkaji gerakan dakwah di kota-kota yang jauh dari pusat ibu kota negara. Padahal penelitian yang memfokuskan studi kasusnya pada kota-kota yang jauh dari ibu kota negara penting dilakukan untuk melihat apakah konsep dakwah mereka sama seperti di kota-kota besar lainnya. Kemudian pada aspek apa mereka memiliki kesamaan ataupun perbedaan dengan komunitas-komunitas dakwah di kota-kota besar. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya berkontribusi pada komunitas

dakwah anak muda Muslim di Indonesia, utamanya pada komunitas Spirit Pemuda Hijrah Baubau (SPH Baubau). Kota Baubau yang terletak di sebelah tenggara pulau Sulawesi penting untuk dilihat gerakan dakwah anak mudanya. Selain memiliki keragaman penduduk, Baubau memiliki jejak sejarah tradisi budaya lokal yang kuat salah satunya Kesultanan Buton. Nilai-nilai budaya tradisional ini membuat corak komunitas dakwah anak mudanya menjadi khas. Komunitas Spirit Pemuda Hijrah pada konteks tertentu mengolaborasikan unsur-unsur budaya lokal untuk membranding dakwah mereka. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji seperti apa Spirit Pemuda Hijrah berdakwah di kota Baubau.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell bahwa penelitian kualitatif adalah pendekatan yang menganalisis dan memahami individu atau kelompok sosial melalui beberapa langkah atau prosedur seperti membuat desain penelitian, mempersiapkan pertanyaan penelitian, mengumpulkan data, dan menganalisis data penelitian (Creswell, 2014). Data penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara dengan pengurus Komunitas Spirit Pemuda Hijrah dan melakukan observasi online atau etnografi online seperti mengamati media sosial Spirit Pemuda Hijrah dan mendokumentasikannya. Mengacu pada Loureiro et al. (2019) bahwa metode pengumpulan data melalui etnografi online menitikberatkan pada komunikasi online melalui aplikasi-aplikasi atau media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook dan lainnya.

Teknik analisis data pada penelitian ini mengadopsi konsep teknik analisis yang digagas oleh Miles dan Huberman, yang menyebutkan bahwa dalam analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Pertama, reduksi data, yang diartikan sebagai proses pemilihan data yang sesuai dengan fokus penelitian ini. Kedua, penyajian. Setelah proses pemilihan data, maka pada tahap ini peneliti akan menyajikan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dalam bentuk teks atau cerita. Ketiga, kesimpulan atau verifikasi. Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Dari beberapa data yang didapatkan dapat diambil kesimpulan yang utuh, baik mulai dari penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang terjadi sebab akibat dan proposisi (Sugiyono, 2012).

Teknik keabsahan data yang digunakan penelitian ini yaitu triangulasi. Triangulasi berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat keterpercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Konsep triangulasi dengan metode yang berbeda mengimplikasikan adanya model-model pengumpulan data secara berbeda (observasi dan wawancara) dengan pola yang berbeda (Bungin, 2000).

Hasil dan Pembahasan

Spirit Pemuda Hijrah: Memfasilitasi Hijrah Anak Muda

Fenomena hijrah sangat mengemuka di ruang publik Indonesia dalam beberapa tahun belakangan ini. Hijrah yang dipahami oleh masyarakat Muslim di Indonesia, utamanya anak-anak muda Muslim di Perkotaan tidak diartikan seperti yang pernah dilakukan Rasul Saw dari Makkah ke Madinah. Namun, hijrah yang dipahami oleh anak-anak muda adalah sebagai

perubahan dari perilaku buruk kepada perilaku yang lebih baik. Perubahan dari sesuatu yang dianggap kurang Islami ke perilaku yang Islami. Dalam konteks ini, kehadiran komunitas-komunitas dakwah memfasilitasi praktik hijrah anak-anak muda. Komunitas dakwah anak muda menjadi tempat untuk menggantungkan cita-cita hijrah anak muda, sehingga program-program dakwah mereka menggunakan simbol-simbol identitas anak muda (Triantoro, 2020).

SPH Baubau adalah komunitas keagamaan yang bertujuan untuk mengajak dan menjadi wadah yang nyaman bagi anak-anak muda di daerah sekitar Baubau dan Buton untuk mempelajari Islam. Pendiri (*founder*) SPH, Ustaz Rudiyanto menyebutkan bahwa berawal dari keprihatinannya kepada anak-anak muda di Baubau membuat pendirian komunitas dakwah seperti Spirit Pemuda Hijrah penting dilakukan. Sejauh ini, menurutnya, belum ada wadah untuk menampung aspirasi anak-anak muda yang baru berhijrah, sehingga kehadiran SPH dapat membantu mereka untuk lebih mengenal lebih dekat dengan Tuhannya.

Selain itu, kemunculan di atas juga terinspirasi dari komunitas-komunitas dakwah di kota-kota besar di Indonesia seperti Yogyakarta dan Bandung. Komunitas Shift di Bandung dan Teras Dakwah di Yogyakarta menjadi inspirasi bagi mereka untuk mendirikan komunitas dakwah yang memperkenalkan trend hijrah di kalangan anak-anak muda. Sekitar tahun 2018 antusiasme anak-anak muda untuk berhijrah mulai meningkat. Kemudian tren ini semakin meningkat pada tahun-tahun berikutnya. Untuk beradaptasi dan menjawab tren-tren inilah, Komunitas Spirit Hijrah Baubau didirikan (Rudiyanto, 2022)

Komunitas Spirit Pemuda Hijrah menarik perhatian anak-anak muda di Kota Baubau. Mereka membuat program-program yang merangkul identitas anak muda. Basis pergerakan mereka, selain dilakukan di Masjid Islamic Center Baubau, juga dilakukan di sejumlah tempat lainnya seperti konsep outdoor (luar ruangan). SPH mempunyai program dakwah yang beragam. Program yang paling sering dilakukan dan populer di kalangan anak muda Muslim Baubau adalah *Ngaji on the Street* atau dalam istilah mereka disingkat *Ngaos*. Program ini pertama sekali diluncurkan (*launching*) pada 10 Maret 2019 di Pelataran Kotamara Baubau. Dalam *launching* tersebut, Spirit Pemuda Hijrah melakukan sejumlah kegiatan seperti belajar baca Alquran (*iqra* dan *juz amma*), *murojaah* dan tilawah bersama, cek tekanan darah secara gratis, cek asam urat dan gula darah, serta konsultasi kesehatan thibbun nabawi secara gratis. Program *Ngaos* ini kemudian berlanjut pada tahun-tahun berikutnya seperti *Ngaos* dalam rangka memperingati Sumpah Pemuda yang dikemas dalam kegiatan donor darah dan *SPH Essay Competition* yang dilakukan pada 31 Oktober 2021 di Baruga Kotamara. Acara ini disambut baik oleh masyarakat dan dihadiri oleh berbagai kalangan usia.

Sharing Time adalah program lain yang digagas oleh SPH. Program ini lebih dulu digagas dari pada program *Ngaos*. Pada program *Sharing Time*, SPH menghadirkan sejumlah ustaz, kemudian membahas topik tertentu. Program ini umumnya dilakukan oleh komunitas-komunitas dakwah anak muda di Indonesia. Dengan konsep acara seperti kajian keagamaan atau pengajian, *Sharing Time* menunjukkan program dakwah konvensional. Meskipun belakangan ini komunitas dakwah mengemasnya dengan topik-topik populer.

Beberapa kegiatan *Sharing Time* yang pernah dilakukan oleh SPH antara lain *Rindu Bertemu Serial Hijrah 1: Hijrah is Magic Way* pada 31 Agustus 2018 yang diisi oleh Ustaz La Ode Syahril R, *Rindu Bertemu Serial Hijrah 2: Di Jalan Hijrah Aku Bahagia* pada 7 September 2018 yang diisi oleh Ustaz Silas, seorang ustaz muda dan hafidz 30 juz, *Rindu Bertemu Serial Hijrah 3: Hidayah Hijrah dan Istiqomah* pada 14 September 2018 yang diisi oleh Ustaz La Ode Mu'jizat, *Rindu Bertemu Serial Hijrah 25* yang disiarkan melalui RRI Baubau 99,4 Mhz, *Rindu Bertemu Serial Hijrah 29: Hakikat Tibbun Nabawi* pada 24 Februari 2019 yang diisi oleh founder Spirit Pemuda Hijrah Baubau yang juga alumni sarjana keperawatan, Ustaz Rudiyanto, S.Kep, Ners, *Rindu Bertemu Serial Hijrah 31: Birrul Walidain* pada 10 Maret 2019 yang diisi oleh Ustaz Silas Adian, *Sharing Time: Talent Mapping* pada 2 Mei 2019 yang diisi oleh Hasrita Syahrudin dan Rahmaniar Azi di Masjid Islamic Center Baubau, *Sharing Time Spesial Ramadhan: Motivasi Mencintai Al-Quran* yang diisi oleh haidz asal Palestina, Syaikh Ismail A.B Skaik pada 11 Mei 2019 di Masjid Al-Munawwar Batulo, *Sharing Time: Yuk Kepoin Sirah Nabi* pada 9 Februari 2020 yang diisi oleh Ustaz Mawardi Purnama, *Sharing Time: Hijrah Tak Harus Menunggu Sempurna* pada 17 Januari 2021 bersama Ustaz Silas Adian Sampe, *Sharing Time: Hijrahnya Para Sahabat* yang diisi oleh Ustaz Safaruddin Yahya, seorang dosen dan pendiri rumah baca Kedai Ilmu pada 24 Januari 2021, *Sharing Time: Ujian Setelah Hijrah* yang diisi oleh Ustaz Mahardy Purnama, Penulis dan Pengajar di Ponpes Tahfidzul Qur'an Al Madinah Palatiga pada 31 Januari 2021, dan *sharing time* lainnya.

Program-program *sharing time* di atas menunjukkan bahwa SPH tidak hanya mencari pengetahuan agama melalui seorang ustaz, tetapi juga para pakar di bidang lainnya seperti penulis, pendidik, motivator, konselor, dan praktisi sosial lainnya. Selain memfasilitasi sejumlah otoritas keilmuan, SPH juga mengkolaborasi antara ilmu-ilmu agama dan ilmu umum. Ini terlihat dari topik-topik yang dibahas tidak selalu tentang agama, tetapi juga ilmu-ilmu umum lainnya. Kemudian peneliti menemukan bahwa ada *sharing time* yang dilakukan melalui ruang online, sebagai contohnya yaitu *Sharing time: Kuliah Whatsapp* yang membahas tentang bekerja dan beribadah sepenuh hati. Kuliah melalui Whatsapp ini diisi oleh Ustadzah Ainun Zaujah, seorang konselor keluarga sekaligus dosen di Unidayan. Berdasarkan informasi pada deskripsi postingan Instagram Spirit Pemuda Hijrah, *Sharing time* ini dilakukan di tengah kondisi Pandemi global yang sedang meningkat. Oleh karena itu, pengurus SPH Baubau memfasilitasi *sharing time* melalui ruang online.

Selain *Sharing Time*, SPH Baubau juga menggagas program tahsin dan tahfidz. Program ini melayani bimbingan membaca Alquran bagi pemula, bimbingan tilawah Alquran, bimbingan tahsin dan tajwid, serta bimbingan tahfizh dan *murojaah*. Kemudian program ini dilakukan secara mandiri oleh komunitas maupun bekerjasama dengan para donator dan sejumlah masjid yang ada di Baubau. Menariknya, dalam pelaksanaan program ini, mereka tidak menggabungkan antara laki-laki atau *ikhwan* dengan perempuan (*akhwat*). Kelas tahsin *ikhwan* berbeda dengan kelas tahsin *akhwat*. Ini menunjukkan bahwa SPH Baubau mengilhami gerakan-gerakan tarbiyah yang cenderung ketat dalam persoalan batas *mahram*. Bahkan terkait gerakan tarbiyah ini, komunitas Pemuda Hijrah Baubau mengabadikannya dalam sebuah kegiatan yang diberi nama

“Di Jalan Dakwah Aku Menemukanmu” Kelas Tarbiyah Muslimah Pekanbaru yang diadakan pada 9 Januari 2019 di Tugu Adipura Kotamara.

Aksi-aksi sosial adalah program dakwah lainnya yang dilakukan komunitas SPH. Selain menggelar kajian keagamaan, mereka aktif memberikan bantuan-bantuan sosial seperti pembagian nasi jumat, donasi bencana alam, penyembelihan hewan kurban, donor darah, pasar gratis, dan lainnya. Belakangan ini program-program yang berbasis aksi-aksi sosial telah menjadi bagian dari dakwah anak muda. Hampir di semua komunitas dakwah anak muda mempunyai program-program seperti ini. Penelitian yang dilakukan oleh Masduki dan Triantoro (2022) menunjukkan secara spesifik dakwah berbasis karitas yang digagas oleh komunitas dakwah anak muda. Penulis berpendapat bahwa anak muda mulai menyadari bahwa dakwah tidak selalu berkaitan dengan ceramah atau dakwah *bil lisan*, tetapi juga dakwah arti yang luas seperti dakwah *bil hal*.

Gerakan mereka juga diapresiasi oleh ustaz populer di Indonesia, Ustaz Abdul Somad (UAS). Dalam sebuah video singkat berdurasi 1 menit 28 detik, yang diunggah di Instagram @spirit_pemudahijrah, UAS menyapa pemuda hijrah di Baubau. Dia menyampaikan bahwa anak muda harus semangat berdakwah, menjaga ukhuwah, bersatu dalam iman dan amal saleh, menjaga persaudaraan agar memperoleh kebersamaan di surga bersama Nabi Saw. *Endorsement* dari seorang ustaz populer, menurut penulis sangat penting bagi komunitas dakwah anak muda. Hampir sebagian besar komunitas dakwah anak muda di Indonesia memiliki figur ustaznya masing-masing. Mereka mengendorse ustaz tertentu untuk menarik perhatian anak muda Muslim di Indonesia.

Spirit Pemuda Hijrah dan Identitas Lokal

Posisi Spirit Pemuda Hijrah yang terletak di kota Baubau sangat kental dengan nilai sejarah. Kota Baubau adalah kota pusat Kesultanan Buton di masa lalu. Banyak peninggalan budaya leluhur yang tumbuh subur di kota tersebut dengan nilai-nilai kearifan lokal yang kental di dalamnya. SPH yang melakukan gerakan dakwahnya di tanah bekas Kesultanan Buton melakukan kolaborasi dengan unsur-unsur budaya lokal dalam mengemas *brand* dakwahnya. Ini berbeda dengan beberapa komunitas dakwah anak muda lainnya di Indonesia, utamanya yang berbasis di perkotaan, cenderung meninggalkan unsur-unsur budaya lokal. *Brand* dakwah mereka cenderung lebih modern mengikuti lanskap perkotaan.

Ada beberapa unsur budaya lokal atau identitas lokal yang dipakai oleh Spirit Pemuda Hijrah di antaranya yaitu Keraton Buton dan bahasa *wolio*. Dua identitas lokal ini digunakan untuk mengemas *logo*, *tagline*, dan *slogan* kajian pada SPH. Identitas lokal dalam *logo* Spirit Pemuda Hijrah. Logo Spirit Pemuda Hijrah memiliki dua logo yaitu *logogram* dan *logotype*. *Logogram* menunjukkan desain gambar yang mewakili karakter atau ciri khas tertentu. Sedangkan *logotype* adalah desain logo yang berbentuk tulisan atau huruf. Pada *logogram* Spirit Pemuda Hijrah diwakili oleh gambar Masjid Agung Keraton Baubau yang merupakan masjid tertua di Baubau, sekaligus menjadi ikon Kota Baubau. Masjid ini bernama Masjid Al-Muqarrabin Syafyi Shaful Mu'min, tetapi lebih dikenal dengan sebutan Masjid Agung Keraton

Buton, yang dibangun pada masa pemerintahan Sultan Sakiuddin Darul Alam pada 1712. Masjid ini terletak di Komplek Benteng Keraton Kesultanan Buton, Baubau, Sulawesi Tenggara. Sampai di sini, Spirit Pemuda Hijrah mengakomodir kebudayaan lokal dalam membranding gerakan dakwahnya.

Gambar. Logo dan Slogan Kajian SPH



Sumber: Instagram @spirit_pemudahijrah

Seperti halnya *logogram*, pada *logotype* SPH juga mengakomodir identitas budaya lokal seperti memberikan *tagline* dalam *logo* tersebut dengan menggunakan bahasa Wolio yaitu #Maingaji, yang artinya mari mengaji. Bahasa wolio secara historis telah dipakai pada masa pemerintahan Kesultanan Buton sebagai bahasa resmi kesultanan. Kemudian *logotype* berikutnya menyebut kata “Spirit” yang berasal dari bahasa Inggris dan telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia, yang artinya semangat. *Logotype* berikutnya adalah nama komunitas mereka yaitu Pemuda Hijrah Baubau-Buton. Terkait hal ini, Ustaz Rudiyanto juga mengatakan bahwa nilai-nilai budaya yang ada di masyarakat Baubau tetap dimasukkan ke dalam *brand* dakwah mereka tanpa harus mengurangi nilai-nilai syiar Islam (Rudiyanto, 2022).

Selain pada *logo*, identitas budaya lokal yang digunakan oleh SPH tampak dari slogan poster dakwah mereka. Mereka secara massif menggunakan bahasa Wolio yaitu *Kalape*, yang artinya “Baik-Baik Saja” untuk memberikan *slogan* dakwah mereka. Namun, *Kalape*, bagi aktivis Spirit Pemuda Hijrah Baubau dimaknai sebagai akronim dari ‘Kebaikan Dalam Persaudaraan.’ Meskipun demikian, ini menunjukkan adanya re-kulturasi budaya lokal ke dalam gerakan dakwah anak muda.

Spirit Pemuda Hijrah dan Media Sosial

Salah satu produk globalisasi dan modernisasi adalah munculnya media sosial. Seluruh Negara merasakan kemunculan media sosial yang membawa cara-cara baru untuk berinteraksi sosial. Media sosial membawa pada lingkungan baru yang dikenal *cyber* (Bunt, 2003) atau *cyberspace* (Muhtadi, 2012), yaitu sebuah ruang atau lingkungan yang membawa individu atau kelompok untuk berinteraksi secara virtual. Melalui media sosial juga, seseorang bisa mengetahui budaya-budaya lain di luar kebudayaannya. Ini menunjukkan apa yang disebut oleh

Benedict Anderson dengan istilah *imagined community*, yaitu kemungkinan-kemungkinan yang dapat dilakukan oleh sekelompok komunitas untuk mengetahui, berinteraksi, dan merasakan komunitas lainnya dalam ruang geografis yang berbeda (Anderson, 2006).

Media sosial karena memiliki kekuatan untuk menghubungkan satu komunitas dengan komunitas lainnya, pada saat yang sama memungkinkan berlangsungnya pertukaran identitas, budaya, ide, dan gagasan. Kondisi ini menurut Tomlison (1999) akan mengganggu stabilitas identitas lokal masyarakat. Meskipun demikian, menurut penulis bahwa stabilitas identitas lokal masyarakat tidak sepenuhnya goyang dengan adanya media sosial. Dalam konteks ini, peran subjek sangat penting untuk melakukan apropriasi dan adaptasi kebudayaan lokal ke dalam aspek-aspek modernitas seperti media sosial. Selain itu, media sosial justru berpotensi untuk menguatkan posisi identitas lokal melalui ruang-ruang online yang tersedia di media sosial.

SPH Baubau, meskipun menggunakan media sosial untuk menyebarkan dakwah mereka, pada saat yang sama, mereka tetap mengemas gerakannya dengan identitas lokal mereka, seperti yang telah dibahas pada bagian sebelumnya. Seperti gerakan dakwah anak muda lainnya, SPH Baubau menggunakan media sosial untuk mempromosikan kegiatan dakwah mereka. Salah satu media sosial yang aktif digunakan oleh SPH adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Fitur yang disediakan Instagram antara lain unggah foto dan video, *caption* (keterangan foto dan video), *like* (tanda suka), komentar, *follower* (pengikut), dan *hashtag* (tagar) (Atmoko, 2012).

Berdasarkan penelusuran data online melalui akun Instagram @spirit_pemudahijrah, penulis menemukan bahwa SPH secara masif mengunggah kegiatannya di Instagram. Kegiatan-kegiatan yang diunggah antara lain yaitu safari dakwah, *sharing time*, tahsin dan tahfidz, kegiatan *international hijab solidarity day*, galang donasi, serial hijrah, peringatan hari sumpah pemuda, *hijrah youth camp*, kelas bahasa Arab, siaran nuansa Islami di RRI, *sharing character*, *Ngaji On The Street (Ngaos)*, *Quote of the day*, Tarbiyah Muslimah Pekanbaru, Program Ramadhan, Mabit, Bazar Amal, *Spirit of Photography*, Jumat Berbagi, *SPH Essay Competition*, Pasar Gratis, dan lainnya. Program-program ini tidak hanya diposting tetapi juga diletakkan ke dalam fitur arsip cerita Instagram. Arsip cerita Instagram dibuat sesuai judul kegiatannya seperti Pondok Mengaji, Tahsin dan Tahfiz, *Sharing Time*, Nasi Jumat, Tarbiyah, Info, SPH Quote, Ngaos, dan Tasmih.

Program-program di atas dikemas dalam berbagai bentuk yaitu foto dan video. Postingan berbentuk foto biasanya untuk menyampaikan poster jadwal kegiatan, dokumentasi kegiatan, jadwal safari dakwah ustaz tertentu, open donasi, ucapan hari besar, *quote of the day*, dan lainnya. Sedangkan postingan dalam bentuk video tidak jauh berbeda dengan foto yaitu digunakan untuk menyampaikan dokumentasi kegiatan, promosi kegiatan, *dakwah by video*, dan lainnya. Foto dan video ini diedit dengan bagus dan menarik, serta mendapatkan *like* dan komentar dari pengikut akun. Sampai pada 15 Maret 2022, akun @spirit_pemudahijrah telah

memposting 228 foto dan video, diikuti oleh sekitar 853 pengikut, dan mengikuti 652 akun lainnya. Mereka juga mendapatkan *tag* dari postingan lainnya.

Dalam memposting foto atau video, mereka juga membuat *caption* yang menjelaskan postingannya. Sebagai contohnya, ketika mereka memposting poster *open* donasi untuk pembagian nasi jumat pada 18 Oktober 2021, selain mengunggah gambar, mereka juga memberikan *caption* yang mendukung postingannya. Mereka mengatakan: *Bismillah...Assalam'alaikum warohmatullahi wabarakatuh. Yuhuuuu, sahabatfillah. Mau tau gak, kali ini kawan-kawan Spirit Pemuda Hijrah membuka Open Donasi untuk mereka yang membutuhkan. Paketnya murah kok, cukup 15k/paket kawan-kawan semua udah bias dapatkan: pahala sedekah, pahala sedekah jumat, amal jariyah sampai oleng dengan pahalanya. Hayuk salurkan donasi terbaikmu di: BSI: 7177790618 a.n (Nur Fauzia), 082236286848 (Aba Hilya). Ditunggu donasi terbaiknya yaa.... Jazakumullahu khoir, Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.*

Contoh lainnya, misalnya postingan tentang *Ngaji on the street* pada 18 September 2021. SPH menulis *caption*-nya sebagai berikut: *Bismillah. Siang hari panas-panas paling enak minum jus ceri, walaupun sibuk beraktivitas, jangan lupa untuk mengaji. Skuy... yang lagi beraktivitas diakhir pecan, jangan lupa merapat di acara Ngaos (Ngaji on the street) area pinggir laut sejajar bagian tengah kolam Kotamara, ahad 19 September 2021, pukul 06.30 Wita-selesai. Info lengkap buka flayer ya. Program ini untuk memupuk juga menumbuhkan semangat masyarakat dalam belajar mengaji, dan membumikan Al-Quran di daerahnya tercinta. Note: Tetap patuhi Prokes. Presented By: Spirit Pemuda Hijrah dan Komite Nasional Rakyat Palestina Baubau. Supported By: PT. Anita Jaya Medika.*

Dua contoh *caption* di atas menunjukkan bahwa bahasa-bahasa gaul (*slang*) yang dekat dengan budaya anak muda digunakan untuk mengemas dakwah mereka. Misalnya dengan menyebut kata '*Hayuk*' (istilah lain dari kata ayok) dan '*Skuy*' (istilah lain dari kata ayok). Dua istilah ini merupakan istilah yang populer di kalangan anak muda. Smith-Hefner (2007) menyebutkan bahwa anak muda secara aktif memproduksi bahasa-bahasa gaul, terutama anak muda kelas menengah baru. Lebih jauh, Smith Hefner mengatakan bahwa bahasa gaul sebagai ekspresi personalitas anak-anak muda yang menunjukkan mobilitas terhadap budaya kosmopolitan dan modernitas.

Penggunaan media sosial untuk mempromosikan dakwah kepada kalangan muda merupakan cara yang strategis. Hal ini karena penggunaan media sosial di Indonesia didominasi oleh anak-anak muda. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2018 menunjukkan bahwa anak muda merupakan pengguna internet terbesar di Indonesia (APJII, 2018) Dakwah melalui media sosial sama sekali tidak mengubah esensi dakwah konvensional. Sebagai contohnya, *dakwah bil qolam* atau dakwah melalui tulisan, juga bisa dilakukan melalui media sosial dalam bentuk gambar, *caption*, dan *quote*. Begitu pula *dakwah bil lisan*, juga bisa dilakukan melalui media sosial dalam bentuk video. Hanya saja media sosial memberikan peluang untuk memodifikasi konten melalui fasilitas *editing* serta memberikan fasilitas untuk menyebarluaskan konten dakwah tersebut.

Media sosial, meskipun produk modernisasi, tidak lantas menghilangkan identitas lokal masyarakat seperti yang diasumsikan oleh Tomlison di awal pembahasan. SPH menggunakan bahasa *wolio* dalam berbagai poster atau *flyer* kegiatan dakwahnya. Semisal, dalam postingan *sharing time* dengan judul “*Yuk Kepoin Sirah Nabi*” pada 8 Februari 2020. Dalam postingan tersebut, mereka menggunakan bahasa *wolio* yaitu #*Maingaji*, yang artinya mari mengaji. Begitu juga dalam postingan serial hijrah berjudul “*Rindu Bertemu*” pada 14 Oktober 2018. Dalam postingan lainnya, bahasa *wolio* yaitu ‘*kalape*’ juga digunakan. Ini terdapat dalam postingan kelas tahsin dan tahfidz pekanan untuk akhwat pada 17 Februari 2020. Kemudian simbol Masjid Agung Kesultanan Buton juga secara masif digunakan dalam berbagai postingan. Ini menunjukkan bahwa media sosial justru berpeluang untuk menguatkan identitas lokal ke dalam ruang global. Identitas lokal tidak hanya diketahui oleh masyarakat lokal, tetapi juga global, tergantung kemampuan subjek untuk mengapropriasi identitas tersebut.

Simpulan

Perkembangan gerakan dakwah anak muda yang meningkat pada beberapa tahun belakangan ini tidak hanya terjadi di perkotaan Indonesia, tetapi juga tersebar dalam daerah-daerah lain di Indonesia yang lebih lokal, seperti di Baubau. SPH merupakan komunitas dakwah anak muda yang secara aktif menggelar kegiatan dakwahnya di Baubau. Posisi Spirit Pemuda Hijrah yang terletak di daerah eks kekuasaan Kesultanan Buton memberikan pengalaman berbeda dari gerakan dakwah anak muda lainnya. Gerakan dakwah anak muda yang berada di kota-kota besar umumnya membranding dakwah mereka dengan simbol-simbol yang lebih modern. Berbeda halnya dengan SPH yang masih mengadaptasi simbol-simbol kebudayaan lokal dalam membranding dakwahnya. Simbol-simbol identitas lokal yang digunakan SPH antara lain Masjid Agung Kesultanan Buton dan bahasa *wolio*. Dua identitas ini digunakan dalam membranding *logo*, *tagline*, dan slogan dakwahnya. Meskipun demikian, tidak dinafikan bahwa mereka juga mengadaptasi produk-produk globalisasi dan modernisasi seperti media sosial. Mereka secara masif mengunggah kegiatan dakwahnya di media sosial, terutama melalui akun Instagram @spirit_pemudahijrah, dalam bentuk poster dan video. Penggunaan media sosial bagi mereka dimaknai sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah yang semakin luas.

Referensi

- Anderson, B. R. O. (2006). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. verso.
- APJII. (2018). *Laporan Survei dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018*.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- Bunt, G. R. (2003). *Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas, and Cyber Islamic Environments*. Pluto Books.
- Bungin, Burhan. (2000). *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods*

- Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Dilawati, R., & Paelani. (2021). Tren Baru Islam Melalui Gerakan Hijrah: Studi Kasus Shift Pemuda Hijrah. *Khazanah Theologia*, 3(3), 131–146.
- Fitri, R. N., & Jayanti, I. R. (2020). Fenomena Seleb Hijrah: Tendensi Eksklusivisme dan Kemunculan Kelompok Sosial Baru. *Muharrrik: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 3(1), 1–17.
- Han, M. I. (2018). *Anak Muda, Dakwah Jalanan dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan: Studi atas Gerakan Dakwah Pemuda Hijrah dan Pemuda Hidayah*. Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.
- Instagram @spirit_pemudahijrah*. (n.d.). https://www.instagram.com/spirit_pemudahijrah/
- Loureiro, S. M. C., Serra, J., & Guerreiro, J. (2019). How Fashion Brands Engage on Social Media: A Netnography Approach. *Journal of Promotion Management*, 25(3), 367–378. <https://doi.org/10.1080/10496491.2019.1557815>
- Masduki, Triantoro, D. A., & Rosidi, I. (2022). The “Teras Dakwah” (Dakwah Terrace) Movement Program: the Philosophy and Dakwah Activism Charity-Based in Yogyakarta. *Peuradeun*, 10(1), 65–86.
- Muhtadi, A. Syaiful. (2012). *Komunikasi Dakwah*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rudiyanto. (2022). *Personal Interview*.
- Saputra, S., Pujiati, Simanihuruk, M., Ismail, R., & Sitorus., H. (2020). Gerakan Hijrah Kaum Muda Muslim di Medan (Studi Kasus Gerakan Komunitas Sahabat Hijrahkuu). *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 12(1), 23–37.
- Smith-Hefner, N. J. (2007). Youth Language, Gaul Sociability, and the New Indonesian Middle Class. *Journal of Linguistic Anthropology*, 17(2), 184–203.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Tomlison, J. (1999). *Lokalisasi dan uluran*. Polity Press.
- Triantoro, D. A. (2018). Dakwah dan Kesalehan: Studi Tentang Gerakan Teras Dakwah di Kalangan Remaja Yogyakarta. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 20(2), 273–286.
- Triantoro, D. A. (2020). Ekspresi Identitas Anak Muda Muslim dan Dakwah di Indonesia Pasca Orde Baru. *Idarotuna*, 3(1), 84–98.
- Triantoro, D. A., & Zumiraj, A. (2021). Dakwah, Kesenangan, dan Sense of Community: Sahabat Hijrah Pekanbaru. *Harmoni*, 20(1), 16–34.
- Triasari, & Zamhari, A. (2021). Hijab Fashion Sebagai Strategi Dakwah Pada Hijabers Community Jakarta. *Jurnal MD*, 7(1), 1–38.