

Anak Muda Muslim di Pekanbaru: Konsumsi, Identitas dan Globalisasi

Imron Rosidi¹

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

imronrosidi@gmail.com

Abstrak

Sebuah narasi rinci tentang kajian lokal para anak muda Muslim di Pekanbaru akan diberikan dalam artikel ini. Fokus dari analisis adalah hubungan antara konsumsi anak muda Muslim dan identitas Islam dalam konteks globalisasi. Untuk memberikan penjelasan tentang hal ini sangat penting untuk menggunakan metode etnografi. Dalam makalah ini, pembahasan difokuskan di sekitar Pekanbaru dan anak muda Muslim. Hal ini menjelaskan latar belakang sosial dan budaya dari Pekanbaru, keadaan interaksi sosial anak muda di Pekanbaru, dan kontak mereka dengan media global serta nilai-nilai Islam. Tulisan ini berpendapat bahwa globalisasi harus diperiksa dalam konteks lokal di mana ketersediaan produk budaya global yang berbaur dengan dukungan kuat dari nilai-nilai lokal yang berasal dari ajaran Islam. Pekanbaru sebagai kota berkembang terjerat dengan globalisasi karena, seperti kota-kota lain di Indonesia, kota ini memberikan "imajinasi" atau "mimpi" bagi kaum muda Muslim. Di kota ini, mereka dapat berinteraksi dengan media global melalui internet dan televisi. Namun, kaum muda Muslim di Pekanbaru juga disediakan nilai-nilai Islam yang berdampingan dengan media global. Nilai-nilai Islam sangat penting untuk mendukung agensi mereka ketika mengkonsumsi produk budaya asing akibat dari globalisasi.

Kata Kunci: Anak muda Muslim, Pekanbaru, Konsumsi, Identitas Islam, Globalisasi

Abstract

A detailed narrative of the local studies of Muslim youth in Pekanbaru is provided in this article. The focus of the analysis is the relationship between the consumption of Muslim youth and Islamic identity in the context of globalization. In order to provide an explanation of this focus, it is very important to use ethnographic method. In this paper, the discussion is focused around Pekanbaru and Muslim youth. This explains the social and cultural background of Pekanbaru, the state of social interactions of youth in Pekanbaru, and their contacts with global media and Islamic values. This paper argues that globalization should be examined in a local context in which the availability of global cultural products is mingled with strong support from local values derived from Islamic teachings. Pekanbaru as a developing city is entangled with globalization because, like other cities in Indonesia, this city provides an "imagination" or "dream" for Muslim youth. In this city, they can interact with global media through the internet and television. However, young Muslims in Pekanbaru are also provided with Islamic values alongside the global media. Islamic values are very important to support their agency when consuming foreign cultural products due to globalization.

Keywords: Muslim youth, Pekanbaru, consumption, Islamic identity, globalization

Pendahuluan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang Pekanbaru, penting untuk memulai dari posisinya yang lebih luas dalam konteks provinsi dan nasional. Dari konteks provinsi, Pekanbaru terletak di Riau, sebuah provinsi di pulau Sumatera. Selain Riau, terdapat sembilan provinsi administratif lainnya di Sumatera. Mereka adalah Aceh, Sumatera Timur, Sumatera Barat, Kepulauan Riau, Bangka Belitung, Lampung, Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu. Riau dan Kepulauan Riau merupakan dua provinsi yang berdekatan dengan dua negara berbeda yaitu Malaysia dan Singapura.

Kedekatan hubungan dengan negara-negara tetangga tersebut mendorong terjalinnya hubungan global antar masyarakat di Riau. Jarak Pekanbaru ke Kuala Lumpur lebih dekat dibandingkan jarak Pekanbaru - Jakarta, ibu kota negara Indonesia. Kesamaan budaya antara masyarakat di Riau dengan negara-negara tetangga ini juga mendukung perpindahan manusia dari Riau ke Malaysia dan Singapura yang terutama ditandai dengan belajar di beberapa universitas, bekerja di beberapa perusahaan dan mengunjungi destinasi wisata. Di beberapa desa di Riau, bahkan sinyal radio dari negara tetangga tersebut mudah dijangkau. Mereka bahkan mendapatkan sinyal radio yang lebih jelas saat mendengarkan siaran Malaysia atau Singapura. Di beberapa daerah yang lebih dekat dengan Malaysia, orang juga dengan mudah mengonsumsi saluran televisi Malaysia (Sen & Hill, 2000). Ini karena dua alasan utama. Pertama, saluran ini lebih mudah diterima dibandingkan saluran televisi Indonesia. Kedua, karena bahasa Malaysia mirip dengan bahasa Indonesia sehingga masyarakat bisa memahaminya dengan baik. Apalagi di beberapa daerah pesisir di Riau tidak ada perbedaan antara bahasa Malaysia dengan bahasa ibu mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kesamaan budaya dan jarak yang dekat antara Riau dan dua negara yang berbeda telah mendukung hubungan global antar masyarakat di Riau, yang terutama dapat diidentifikasi dari pergerakan manusia dan konsumsi media di sana.

Dalam konteks nasional, masyarakat di Riau sudah menganggap dirinya sebagai orang Melayu (Faucher, 2005). Identifikasi ini lebih mengacu pada etnis daripada bangsa. Hal ini terlihat dari klaim mereka bahwa asal muasal Bahasa Indonesia atau Bahasa Indonesia adalah dari Riau tempat tinggal orang Melayu. Klaim ini sangat penting untuk mengakui identitas Melayu yang dimiliki oleh penduduk asli Riau. Hal ini juga bertujuan untuk mengusulkan eksistensi Riau di tingkat nasional sehingga pemerintah pusat di Jakarta harus peduli terhadap permasalahan sosial seperti kemiskinan di provinsi ini. Indonesia harus berterima kasih kepada Riau karena kontribusi bahasanya untuk mempersatukan berbagai etnis di seluruh pulau di Indonesia. Ada rasa “cemburu” di antara masyarakat di Riau sebagai implikasi dari perlakuan “tidak adil” dari pemerintah pusat di Jakarta. Nyatanya, kesederhanaan bahasa Melayu dari Riau berkontribusi pada keputusan untuk mengadopsi bahasa tersebut sebagai bahasa nasional, bukan bahasa Jawa, yang banyak digunakan di Tanah Air. Hal ini dikarenakan bahasa Jawa merupakan bahasa yang lebih kompleks dari pada bahasa Melayu. Bahasa Indonesia saat ini sudah sangat berubah sehingga berbeda dengan bahasa Melayu yang digunakan di Malaysia dan Brunei Darussalam misalnya. Ada banyak kata yang berasal dari berbagai bahasa seperti Arab, Inggris, Jawa dan bahasa daerah lainnya yang berkontribusi dalam pembuatan bahasa Indonesia saat ini. Lebih jauh, keberadaan orang Melayu di Riau ditantang oleh kenyataan bahwa pergerakan manusia dan interaksi budaya dari berbagai daerah di Indonesia telah mengubah identitas melayu menjadi cair di Riau.

Pekanbaru merupakan ibu kota penting bagi Riau, sebuah provinsi di Indonesia di pulau Sumatera. Pasalnya, posisi ini telah menempatkan Pekanbaru sebagai pusat pemerintahan, bisnis, dan pendidikan di Riau yang menarik masyarakat sekitar Riau untuk berkunjung, merantau, dan menetap. Nama “Pekanbaru” pada dasarnya terdiri dari dua kata: Pekan dan Baru. Pekan berarti “pasar” sedangkan baru berarti “baru”; jadi Pekanbaru secara harfiah berarti “pasar baru”. Kota ini dikembangkan dari pasar Senapelan pada masa kerajaan Siak Indrapura pada abad kedelapan belas. Lokasi pasar Senapelan masih bisa ditemukan di dekat Sungai Siak, dan kini disebut Pasar Bawah

yang artinya pasar bawah tanah. Disebut “pasar bawah tanah” karena terletak di dataran rendah. Saat ini, Pasar Bawah telah menjadi hub oleh oleh-oleh dan makanan tradisional khas Riau dan menjadi destinasi belanja yang banyak menarik wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke Pekanbaru.

Penelitian tentang anak muda Muslim di Pekanbaru sejauh ini belum memadai. Rosidi, Masduki & Triantoro (2019) menemukan praktek negoisasi anak muda Muslim di Pekanbaru dalam menonton drama Korea. Penelitian yang dilakukan oleh mereka berguna untuk memahami bagaimana posisi anak muda Muslim di kota ini sebagai audien atau penonton yang aktif memproduksi makna yang dikirim dan diproduksi oleh drama korea. Rosidi (2020) lebih melihat dampak drama Korea di kalangan anak muda Muslim di Pekanbaru. Artikelnya difokuskan secara spesifik terhadap drama Korea. Selain penelitian di atas, belum ada riset yang fokus pada anak muda Muslim di Pekanbaru dalam konteks konsumsi budaya, identitas dan globalisasi. Artikel ini bertujuan untuk memahami hal itu dalam konteks anak muda Muslim sebagai agen yang aktif.

Metode Penelitian

Artikel ini menggunakan metode etnografi berbasis observasi dan wawancara terhadap sejumlah informan yang dipilih secara purposive sampling. Mereka berjumlah 20 orang dengan karakteristik dasar anak muda Muslim yang mengaku sebagai Muslim saleh. Pilihan ini didasarkan urgensi memahami bagaimana identitas Muslim tersebut menjelaskan praktek-praktek konsumsi budaya global.

Hasil

Pertumbuhan “pesat” pusat perbelanjaan modern di Pekanbaru didorong oleh keinginan masyarakat Pekanbaru untuk mengkonsumsi; dan pusat perbelanjaan ini mewujudkan modernitas yang diinginkan. Layanan dan sistem perdagangan yang digunakan oleh pusat perbelanjaan ini juga modern. Mereka menggunakan sistem teknologi seperti CCTV, AC, tempat parkir modern, lingkungan bersih, transaksi dengan mesin, dan banyak lainnya. Sebaliknya, pasar tradisional biasanya tidak menggunakan mesin modern untuk transaksinya, dan negosiasi harga terbukti dan dapat diterima di antara pembeli dan penjual. Komunikasi antara penjual dan pembeli biasanya bersifat informal, yang biasanya dilakukan dalam bahasa tradisional seperti bahasa Jawa atau Padang. Faktanya, pusat perbelanjaan modern tidak ada di beberapa daerah di Riau, terutama di pedesaan. Masyarakat pedesaan menganggap Pekanbaru sebagai kota “impian” untuk dikunjungi. Pertama, bagi mereka, ketersediaan sarana prasarana “modern” yang tidak terdapat di desanya memaksa mereka untuk datang dan tinggal di Pekanbaru. Kedua, konsumerisme merupakan bagian dari kehidupan masyarakat di Pekanbaru. Meskipun masyarakat pedesaan juga mengkonsumsi tetapi konsumsi mereka terutama terkait dengan barang-barang “primer” seperti pangan dan kebutuhan pokok lainnya. Di beberapa kota seperti Pekanbaru, konsumsi diperluas untuk hiburan, barang budaya global, dan lain-lain. Perbedaan yang paling mencolok antara Pekanbaru dengan wilayah lain di Riau, khususnya pedesaan, adalah akses koneksi internet yang menjadikannya focal point yang menarik bagi masyarakat yang ingin menggunakan internet sehari-hari.

Bagi kaum muda di Pekanbaru, berbelanja di mall tidak hanya berarti mengonsumsi produk, tetapi juga mengonsumsi “tempat” tempat produk tersebut dipajang. Meskipun mengonsumsi produk membutuhkan banyak uang, yang terakhir tidak. Mereka hanya membayar USD0,10 per jam untuk biaya parkir. Kaum muda

membutuhkan suatu bentuk hiburan untuk mengalihkan mereka dari stres mereka di tempat kerja dan studi. Meski berkembang pesat, Pekanbaru masih kekurangan tempat hiburan seperti teater, tempat wisata, dan pusat olah raga yang biasa didatangi anak muda. Alih-alih membangun tempat-tempat ini, pemerintah daerah malah memperbolehkan banyak minimarket dibangun di kota. Di penghujung tahun 2010-an, ratusan minimarket terdapat di Pekanbaru seperti Alfamart, Indomaret, Toserba, dan lainnya. Situasinya berbeda dengan saat remaja berada di pasar tradisional, di mana pakaian yang kurang modis lebih dapat diterima - meskipun alasan praktisnya adalah banyaknya kotoran dan sampah di daerah tersebut akan merusak pakaian mereka yang lebih modis.

Seperti kota-kota besar lainnya di Indonesia, anak muda dan konsumsi saling terkait di Pekanbaru. Kaum muda bisa dilihat di minimarket, mall, warung internet, restoran, dan tempat-tempat lain terlibat dalam konsumerisme. Para remaja tidak sering tinggal di rumah sepanjang hari; di malam hari, dengan ditemani teman atau pasangan mereka, mereka akan berjalan-jalan atau berkendara di jalanan kota. Kaum muda tidak hanya sekedar berjalan-jalan atau berkendara keliling kota, tetapi mereka juga mencari tempat-tempat yang dapat mereka konsumsi seperti pusat perbelanjaan, minimarket, restoran dan, khususnya, teater. Dengan harga tiket masuk masing-masing mulai dari USD1,50 hingga USD2, para anak muda dengan mudah dapat masuk ke suatu tempat di mana mereka dapat mengonsumsi produk budaya barat, biasanya dalam bentuk film Hollywood. Film Asia jarang tersedia di bioskop. Film asing bajakan dan original baik dari negara Asia maupun Barat dengan mudah ditemukan di toko-toko di Giant mall. Di mall ini juga banyak sekali drama televisi Korea yang dijual. Kebanyakan dari mereka murah karena mereka bajakan.

Karena tempat wisata yang terbatas, orang-orang yang berkunjung ke Pekanbaru akan berwisata kuliner dengan menikmati makanan di restoran dan warung makan saja. Anak-anak muda di Pekanbaru juga menikmati makanan dan minuman yang tersedia di warung pinggir jalan. Mulai pukul 17.00 hingga tengah malam, banyak warung makan yang akan buka di Pekanbaru terutama di pinggir jalan menyediakan berbagai macam makanan seperti Nasi Goreng, Bakso, Mie Ayam, dan lain-lain. Namun, sebagian besar restoran atau warung makan di Pekanbaru telah bercirikan simbol Minangkabau (suku dari Sumatera Barat) seperti Bukittinggi dan Payakumbuh (keduanya merupakan kota di Sumatera Barat), Bundo Kanduang (ibu), Mak Tam (bibi), dan begitu seterusnya.

Pekanbaru tidak mendukung munculnya Warung Tegal (warung makanan tradisional Jawa) yang diidentifikasi berasal dari Jawa Timur, yang melimpah di Jakarta, ibu kota Indonesia. Warung Tegal tidak ditemukan di Pekanbaru. Bahkan, di Jakarta, Warung Tegal rutin ramai dikunjungi konsumen karena lebih murah dibandingkan makanan yang dijual di Warung Padang. Di Pekanbaru, Warung Padang (rumah makan Padang) yang berasal dari Sumatera Barat tersedia di sebagian besar wilayah Pekanbaru, terutama karena popularitas makanan Sumatera Barat di kalangan masyarakat. Warung Padang biasanya terletak di dekat universitas dan pusat perbelanjaan. Biasanya ada dua jenis Warung Padang: Restoran Padang, yang lebih mewah; dan Ampera, yang lebih terjangkau dan biasanya terletak dekat dengan kampus universitas. Namun belakangan ini, dengan pesatnya pertumbuhan urbanisasi dan migrasi penduduk dari pulau Jawa, semakin banyak pula warung makan khas Jawa di Pekanbaru seperti warung makan yang menjual Pecel Lele dan Pecel Ayam

(masakan khas Jawa berupa lele atau ayam goreng yang sering disajikan bersama). nasi kukus, sambal tradisional, tahu goreng dan sayur mayur). Warung-warung ini biasanya buka mulai pukul 17:00 hingga tengah malam; dan sebagian besar remaja Pekanbaru senang mengonsumsi makanan Jawa ini pada malam hari. Maraknya restoran dan warung makan di Pekanbaru ini disebabkan semakin banyaknya kaum muda yang biasanya lebih memilih makanan untuk dimasak untuk mereka. Keragaman makanan yang ditawarkan oleh warung makan dan restoran tersebut tidak terlepas dari keragaman penduduk Pekanbaru yang datang dari berbagai daerah di Indonesia. Selain itu, televisi dan internet berperan penting dalam menyebarkan budaya konsumtif di kalangan masyarakat, termasuk kaum muda. Program televisi misalnya memiliki iklan makanan yang dirancang sedemikian rupa untuk memancing keinginan pemirsa untuk membeli dan menyantap makanannya.

Kebanyakan warung makan di Pekanbaru bertema lokal atau global. Penggunaan simbol etnik di kalangan warung makan di Pekanbaru sangat mirip dengan penggunaan simbol global dalam strategi pemasarannya, seperti kehadiran KFC, McDonald's dan lain-lain yang juga terdapat di mall-mall di Pekanbaru. Kehadiran warung makan tradisional bisa dikatakan sebagai upaya "globalisasi lokal" sedangkan kemunculan KFC dan McDonald's dipahami sebagai upaya "melokalkan global".

Konsumsi pangan di Pekanbaru merupakan bagian dari identitas konsumen. Kebanyakan anak muda yang tidak punya banyak uang akan sangat jarang mengunjungi restoran "mewah" seperti KFC, McDonald's dan restoran lokal tertentu. Beberapa restoran lokal yang terletak di pusat kota Pekanbaru yang menggunakan merek "etnik" seperti "Melayu", "Sunda" dan "Jawa" juga "mewah" dan menyajikan makanan mahal. Restoran ini rutin dikunjungi oleh keluarga kelas menengah. Munculnya restoran-restoran ini mencerminkan bahwa makanan lokal tidak bisa dikatakan "murah" atau "tidak kompetitif" dibandingkan dengan makanan yang "terkenal secara global". Representasi makanan "tradisional Korea" yang ditayangkan di drama televisi Korea adalah contoh yang baik tentang makanan lokal yang kompetitif di dunia global.

Pembahasan

Pekanbaru adalah tempat terbaik untuk mengejar dan mewujudkan "impian" atau imajinasi mereka - seperti yang diucapkan dalam bahasa Indonesia, "mengejar mimpi di Pekanbaru". Hal ini terlihat dari sebagian besar informan yang rindu menjadi wanita muslimah modern. Mereka berusaha mendapatkan status kelas menengah dengan belajar di universitas. Anak muslim wanita memakai jilbab atau hijab (jilbab) yang menunjukkan identitasnya sebagai seorang wanita muslim yang taat. Namun mereka tidak bisa lepas dari mengonsumsi produk budaya asing. Meskipun identitasnya banyak dipengaruhi oleh Islam, begitu mereka mulai berinteraksi dengan berbagai produk budaya, identitasnya paling tepat digambarkan oleh Victor T. King (2012) sebagai "identitas yang bergerak". Ia menjelaskan:

"This concern is located in the context of nation-building, globalisation, modernisation, local responses, population movements and boundary-crossing, the expansion of international tourism, information technology and the media and the associated cultural encounters which these processes entail on identity formation, maintenance and change. In other words rather than unified identities and cultures we now think increasingly in terms of heterogeneity,

fluidity and transformation and the role of human agency in the processes through which identities are constructed, sustained and transformed (h. 16).

“Bermimpi untuk masa depan yang lebih baik” adalah slogan yang sesuai untuk menggambarkan kehidupan keseharian anak muda di Pekanbaru. Mereka datang dari berbagai pelosok Provinsi Riau dan daerah lainnya. Kebanyakan dari mereka meninggalkan desanya karena keinginan mereka untuk terpelajar dan modern. Pekanbaru merupakan kota atau tempat yang berkembang pesat urbanisasi. Ini adalah pusat urbanisasi di antara delapan kota utama lainnya (Jambi, Bengkulu, Bangka Belitung, Palembang, Medan, Padang, Bandar Lampung, Batam, dan Aceh) di Sumatera. Sebagai ibu kota Provinsi Riau, Pekanbaru merupakan kota berkembang baru di tengah Sumatera. Dengan lokasinya yang strategis, Pekanbaru menjadi tempat yang nyaman bagi masyarakat Padang dan daerah lain untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik. Ini adalah tempat untuk memperoleh pendidikan yang lebih baik, mendapatkan lebih banyak uang, atau hanya menghabiskan uang untuk berbelanja. Bagi para anak muda yang datang dari setiap pelosok Provinsi Riau, Pekanbaru telah memberikan “mimpi”, atau dalam istilah Appadurai - “imajinasi”. Arjun Appadurai (1998) berpendapat:

More people than ever before seem to imagine routinely the possibility that they or their children will live and work in places other than where they born: this is the wellspring of the increase migration at every level of social, national, and global life. Others are dragged into new settings, as the refugee camps of Thailand, Ethiopia, Tamil Nadu, and Palestine remind us. For these people, they move and must drag their imagination for new ways of living along with them. And then there are those who move in search of work, wealth, and opportunity often because their current circumstances are intolerable (h.6).

Sebagian besar anak muda ini datang dari berbagai desa di Riau dan daerah lain. Mereka meninggalkan desa mereka untuk mencari dan mencapai "impian" mereka. Pentingnya “mimpi” ini terkait dengan tumbuhnya program-program televisi “impian” di pertelevisian Indonesia yang diciptakan untuk anak muda. 'Indonesian Idol', sebuah serial program reality televisi yang mencari penyanyi-penyanyi berbakat, misalnya telah menarik anak muda Indonesia bertalenta menjadi idola terbaik dengan melalui beberapa putaran audisi yang dilakukan oleh perusahaan penyiaran televisi, RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia). Acara televisi serupa pun melimpah, seperti 'Stand Up Comedy Indonesia (SUCI)' yang dikelola dan disiarkan oleh Kompas TV, 'Kontes Dangdut Indonesia (KDI)' oleh TPI (Televisi Pendidikan Indonesia, yang kemudian resmi berganti nama menjadi MNCTV), dan seterusnya. Program televisi ini telah memberikan kesempatan bagi para anak muda untuk menjadi terkenal dan kaya. Menjadi bintang merupakan impian sebagian besar anak muda yang mengikuti audisi yang diadakan oleh perusahaan penyiaran televisi. Mereka umumnya berasal dari berbagai kelompok masyarakat di Indonesia, namun sebagian besar berasal dari keluarga kelas bawah. Mereka memiliki mimpi dan menjadi “senjata” untuk mendukung mereka dalam setiap tantangan yang mungkin mereka hadapi sebelum dan selama audisi. Beberapa dari mereka mengikuti audisi beberapa kali tanpa hasil, namun mereka tidak pernah menyerah. Dalam beberapa audisi 'Indonesian Idol', ada yang tidak bisa bernyanyi dengan baik, namun memiliki kepercayaan diri untuk mengejar impiannya.

Menurut Mochtar Naim (1984), Pekanbaru adalah “satelit” Sumatera Barat. Pasalnya, jarak perbatasan Sumatera Barat dan Pekanbaru hanya 100 kilometer. Akibatnya, ada kemiripan budaya antara masyarakat di Sumatera Barat dan Pekanbaru. Budaya Sumatera Barat atau Minangkabau pada dasarnya disebar oleh masyarakat “Ocu” yang berasal dari Kabupaten Kampar. Dari segi jarak, kabupaten ini merupakan wilayah yang paling dekat dengan Pekanbaru dibandingkan dengan wilayah lain di Riau. Meski sebagian besar masyarakat Kampar menolak dianggap sebagai bagian dari Sumatera Barat, sebagian besar unsur budaya Ocu sama dengan budaya Sumatera Barat. Dalam budaya Sumatera Barat dan Ocu, Islam memainkan peran kunci dalam setiap aspek kehidupan manusia. Ini populer digunakan dalam pepatah, "Adat bersendi Syarak, Syarak bersendi Kitabullah", yang berarti "adat istiadat berdasarkan tradisi (atau hukum), dan tradisi (atau hukum) Islam berdasarkan Al-Qur'an".

Unsur budaya di Pekanbaru terutama dipengaruhi oleh norma-norma Islam. Oleh karena itu, anak muda di Pekanbaru juga dipengaruhi oleh identitas Islamnya. Pasalnya, di Pekanbaru mayoritas penduduknya beragama Islam. Tradisi Islam di Pekanbaru dilestarikan dengan memadukan berbagai elemen budaya. Misalnya, bahasa Indonesia dalam aksara Arab (dikenal sebagai Tulisan Arab Melayu) digunakan di sebagian besar kantor pemerintah termasuk di bandara umum. Masyarakat di Pekanbaru terdiri dari berbagai suku bangsa seperti Minangkabau (Sumatera Barat), Jawa (Jawa), Bugis (Celebes), Batak (Sumatera Timur), Ocu (Kampar), dan lain-lain. Aktivitas keseharian mereka pada dasarnya diisi dengan wacana Islam.

Menjaga nilai-nilai tradisional berdasarkan Islam ditandai dengan mempromosikan tradisi Melayu. Namun dalam kehidupan sehari-hari anak muda Indonesia, tidak melulu mengacu pada nilai-nilai Islam. Ini karena keterlibatan mereka di media global juga berkontribusi pada pemahaman mereka tentang modernitas misalnya. Ada kesulitan bagi ormas dan lembaga pendidikan Islam untuk merespon kemunculan media global yang utamanya dari internet. Di Pekanbaru, ketersediaan media global dan produk budaya internasional telah mendukung kelenturan identitas Islam di kalangan anak muda (Rosidi, 2016).

Berbagai media seperti buku-buku berorientasi Islam juga berperan penting dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di kalangan anak muda di Pekanbaru. Buku-buku Islam ini biasanya dibaca oleh para anak muda yang kuliah di perguruan tinggi. Interaksi anak muda Indonesia dengan media global seperti internet ditandai dengan kemudahan akses mereka terhadap media Islam melalui internet. Ketersediaan media Islam di internet sangat melimpah, mulai dari konten media Islam yang moderat hingga radikal; Sehingga media global juga dapat berperan dalam memperkuat budaya dan identitas anak muda Indonesia sendiri meski dikenal memiliki dominasi produk budaya Barat.

Kaum muda sudah bisa menentukan konsumsinya. Orang tua dan guru tidak selalu mengontrol pola konsumsinya setiap hari. Dalam konteks budaya Indonesia, orang tua merupakan sosok penting dalam keluarga, namun tidak memiliki kemampuan untuk mengontrol setiap aspek kehidupan anaknya. Sementara itu, media komunikasi seperti telepon genggam tampaknya menjadi objek keterikatan emosional yang lebih tinggi oleh remaja dibandingkan orang tua mereka seperti yang biasa mereka lakukan setiap hari. Ponsel memungkinkan mereka untuk terlibat dengan media global, dan ponsel saat ini dilengkapi dengan teknologi terbaru yang

memungkinkan setiap remaja untuk dengan mudah terhubung ke internet melalui ponsel mereka.

Kesimpulan

Pekanbaru dari semboyannya mencoba mengadopsi modernitas dan nilai-nilai tradisional. Modernitas diwakili oleh pertumbuhan pusat perbelanjaan, teater, dan infrastruktur modern lainnya. Nilai-nilai tradisional dipelihara oleh lembaga pendidikan Islam dan masjid. Pekanbaru adalah tempat terbaik di Riau untuk mengonsumsi produk budaya global. Ketersediaan akses internet mendorong generasi mudanya berinteraksi dengan informasi dan produk budaya global. Kaum muda dapat mengakses globalisasi setiap hari melalui telepon genggam mereka. Mereka dapat tetap terhubung dengan media global bahkan saat mengikuti perkuliahan untuk mempelajari norma-norma Islam atau saat mengikuti kegiatan di masjid. Ini menunjukkan bahwa kemunculan media global di kalangan anak muda Muslim di Pekanbaru hidup berdampingan dengan ajaran Islam. Mereka mendengar apa yang dikatakan oleh guru Islam mereka tetapi mereka juga menikmati mengonsumsi teknologi media melalui ponsel dan laptop mereka. Mereka mendapatkan informasi global secepat mereka mendapatkan informasi Islam di kelas mereka.

Dilihat dari latar belakang sosial para anak muda ini, mereka adalah Muslim yang dianggap sebagai Muslim yang taat. Mereka adalah muslim yang saleh karena mengamalkan ajaran Islam seperti sholat harian, puasa dan lain-lain. Beberapa dari mereka bahkan tinggal di masjid sebagai juru kunci. Mereka juga berasal dari latar belakang pendidikan Islam dan biasanya dari keluarga "biasa" dengan pendapatan rata-rata. Mereka menganggap Pekanbaru sebagai tempat yang lebih baik untuk mencapai "impian" (pendidikan, kesenangan, dan uang).

Tulisan ini berkesimpulan bahwa globalisasi harus diperiksa dalam konteks lokal di mana ketersediaan produk budaya global yang berbaur dengan dukungan kuat dari nilai-nilai lokal yang berasal dari ajaran Islam. Pekanbaru sebagai kota berkembang terjerat dengan globalisasi karena, seperti kota-kota lain di Indonesia, kota ini memberikan "imajinasi" atau "mimpi" bagi kaum muda Muslim. Di kota ini, mereka dapat berinteraksi dengan media global melalui internet dan televisi. Namun, kaum muda Muslim di Pekanbaru juga disediakan nilai-nilai Islam yang berdampingan dengan media global. Nilai-nilai Islam sangat penting untuk mendukung agensi mereka ketika mengonsumsi produk budaya asing akibat dari globalisasi.

Referensi

Appadurai, A. (1998). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Faucher, C. (2005). Regional Autonomy, Malayness and Power Hierarchy in the Riau Archipelago. In *Regionalism in Post-Suharto Indonesia*, edited by Maribeth Erb, Priyambudi Sulistiyanto and Carole Faucher. London: Routledge.

Naim, M. (1984). *Merantau: Pola Migrasi Suku Minangkabau*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

King, V.T. (2013). *Culture and Identity: Some Borneo Comparisons*. Institute of Asian Studies, Universiti Brunei Darussalam, Working Paper No. 1.

Rosidi, I. (2016). *Being Active Consumers: Indonesian Muslim Youth Engaging with Korean TV Dramas*. Institute of Asian Studies, Universiti Brunei Darussalam, Working Paper No. 23.

Rosidi, I. (2019). Nilai-Nilai Islam dalam Drama Korea Perspektif Anak Muda Muslim Pekanbaru. *Jurnal Dakwah Risalah*, 30(2), 215-226.

Rosidi, I. (2020). Consuming Representations of Korean TV Dramas among Indonesian Muslim Youth. *Jurnal The Messenger* 12(2), 111-121.

Sen, K. & Hill. D.T. (2000). *Media, Budaya dan Politik di Indonesia*. Jakarta: ISAI.