

Fenomena *Cyber Religion* sebagai Ekspresi Keberagamaan di Internet pada Komunitas Shift

Hariya Toni¹, Dede Mercy Rolando², Yasril Yazid³, Robby Aditya Putra⁴

^{1,4}Institut Agama Islam Negeri Curup

²UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

³UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Email: hariyatoni@iaincurup.ac.id

Kata Kunci

Cyber religion, online religion, shift

Abstrak

Artikel ini bertujuan mengetahui bentuk ekspresi keberagamaan Shift dan faktor ketertarikan komunitas Shift dalam konteks cyber religion. Metode penelitian adalah kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Subjek penelitian berjumlah 5 (subscriber) dan objek penelitian channel youtube Shift. Teknik analisis yang penulis gunakan yaitu model interaktif Miles & Huberman. Hasil penelitian menunjukkan fenomena cyber religion telah menyentuh berbagai kalangan dan dimanfaatkan oleh Ust. Hanan Attaki dengan mendirikan Shift yang menasar pada generasi muda dalam bentuk online religion. Pemanfaatan YouTube sebagai sarana penyebaran dakwah Shift, dikategorikan masuk dalam kategori file-sharing. Kajian yang dikemas apik oleh Ust. Hanan Attaki, membuatnya digandrungi kalangan generasi muda sebagai alternatif dalam informasi keberagamaan mereka.

Keywords

Cyber religion, online religion, shift

Abstract

This article aims to determine the form of Shift's religious expression and the factor of the Shift community's interest in the context of cyberreligion. The research method is qualitative with the type of phenomenological research. There are 5 research subjects (subscribers) and the research object of the YouTube channel Shift. The interactive model analysis technique of Miles & Huberman from the results of data collection that the authors get. The results showed that the phenomenon of cyberreligion has touched various circles and was used by Ust. Hanan Attaki by establishing a Shift which targets the younger generation in the form of online religion. The use of YouTube as a means of spreading Shift's da'wah is categorized into the File-Sharing category. The study, which is nicely packaged by Ust. Hanan Attaki, has made it loved by the younger generation as an alternative in their religious information.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital membawa perubahan pada perkembangan dakwah yang cukup signifikan baik dalam skala ilmu maupun aktivitas (Ishanan, 2017). Memasuki era digital adalah di mana semua akses dapat dengan mudah dijangkau secara cepat kapanpun dan di manapun melalui internet. Faktor inilah yang membuat para pendakwah tanah air berupaya memanfaatkan

beragam media dalam menyampaikan dakwah mereka, karena dinilai lebih efektif dan efisien menjangkau masyarakat (Wibowo, 2019). Keberadaan internet akibat dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi tantangan sekaligus peluang untuk mengembangkan aktivitas dakwah mengingat Indonesia memiliki minat terhadap internet yang cukup tinggi. Bukan tanpa alasan, internet pada era sekarang muncul sebagai alat vital yang digunakan diseluruh dunia untuk berbagai tujuan. Hal ini telah memberi kemudahan bagi penggunaannya untuk mendapatkan informasi dan mengakses informasi sesuai kebutuhan (Nur & Abdullah, 2014).

Berdasarkan data dari *We Are Social* total populasi jiwa di Indonesia berjumlah 272,1 juta jiwa, menariknya pada tahun 2020 disebutkan bahwa terdapat 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terdapat sebesar 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Maka itu artinya 64% atau setengah dari penduduk Indonesia telah mengakses dunia maya. Hal ini dibuktikan dengan masing masing persentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang memiliki perangkat yang berbeda, di antaranya *mobile phone* (96%), *smartphone* (94%), *non smartphone mobile phone* (21%), laptop atau komputer desktop (66%), *tablet* (23%), konsol *game* (16%), hingga *virtual reality device* (5,1%) (Kemp, 2020). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet atau (APJII) juga melakukan riset terakhir pada November 2020, menyebutkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada kuartal ke-2 naik menjadi 73,2 persen dari populasi (atau setara dengan 196,7 juta pengguna internet). Hampir menyentuh angka 200 juta pengguna dari populasi Indonesia, yaitu 266,9 juta berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) (Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia, 2020).

Gambar 1. Jumlah pengguna internet Indonesia Tahun 2020



Sumber: *We Are Social*

Data mengenai jumlah pengguna internet yang diiringi tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap internet didasari oleh kebutuhan akan informasi yang terus dicari dan diminati. Selain itu perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi pun telah memperpendek jarak antar wilayah. Menjadi pemacu terus

berkembangnya inovasi-inovasi disemua lini, baik dalam bidang sosial, ekonomi, budaya, politik termasuk agama. Artinya, teknologi bagi agama tidak lagi dapat dipisahkan dari Islam yang berada pada ajaran dakwah. Kini kemajuan dan kemunduran umat Islam terkait langsung dengan aktivitas dakwah yang dilakukan (Ahmad, 2014). Banyak pengguna internet merupakan salah satu pendukung dari adanya dakwah dalam media sosial. Internet juga menyediakan informasi dan data yang semuanya dapat memudahkan umat untuk berkarya (Aziz, 2016). Bagdikian mengatakan bahwa keberadaan internet telah membuat ketersediaan informasi yang bersifat massa di dunia (Bagdikian, 2004).

Dulu kegiatan dakwah hanya dilakukan di mimbar, kini dakwah dapat dilakukan di depan komputer atau *smartphone* dengan memanfaatkan internet. Sehingga memungkinkan semua kalangan untuk dapat mengakses konten dakwah tersebut (Khoiruzzaman, 2016). Para pendakwah dapat memopulerkan gagasan dan pemikiran mereka (dakwah) dengan kemasan yang lebih *trendy* dan *populer* melalui media TV, *internet*, *smartphone* dan beragam jenis media sosial (Hasan, 2019), sehingga hubungan antara Agama dan Internet sebagai kegiatan *online* (dunia maya) dan *offline* (dunia nyata) semakin sulit dipisah. Memang benar bahwa ada banyak elemen ruang sosial dan masyarakat Muslim yang tidak *online*. Namun, sekarang internet menjadi lokasi penting untuk komunikasi, pengembangan identitas dan pengembangan jaringan komunitas untuk semakin banyak muslim di abad ke-21 (Gary R, 2009).

Dawson dan Cowan mengatakan bahwa hadirnya internet telah mengubah wajah agama di dunia. Tentunya hal ini bukan pendapat gegabah sebab meski klaim ini terlampau sederhana, namun sangat penting mengingat apa yang telah dilakukan internet dalam mengubah fenomena kehidupan manusia, termasuk agama. Dengan kata lain, pembelajaran agama menjadi lebih mudah, cepat dan efisien. Contohnya saja untuk mengetahui informasi seputar keagamaan tidak harus mendatangi ustadz atau ulama secara langsung, melainkan cukup dengan berselancar di internet (Dawson & Cowan, 2004).

Pernyataan ini didukung oleh penelitian Salman terkait internet dan agama yang pernah dilakukan sebelumnya yang menunjukkan bagaimana kehadiran internet mampu mempengaruhi manusia dalam kegiatan dakwah secara signifikan, yang mana ruang *cyber* dapat menjadi media dalam penyebaran ajaran keagamaan Islam (Salman, 2015). Saefullah mengatakan konsep dakwah di media internet merupakan proses penyebaran ajaran Islam yang dapat dijadikan alternatif dalam menyampaikan pesan keagamaan atau menjadi informasi keagamaan (Saefulloh, 2012). Zaini menemukan hasil yang tidak jauh berbeda, internet dan agama menjadi ruang baru dan memiliki signifikansi dalam dakwah Islam (Zaini, 2012). Melihat karakteristik internet yang mampu mentransmisikan pesan dengan sasaran (audiens) yang berasal dari etnik dan agama yang beragam. Selain itu, kehadiran internet dapat dijadikan sebagai prantara untuk menampilkan wajah Islam dan menangkal segala macam bentuk kesalahan persepsi tentang ajaran agama Islam oleh kalangan tertentu.

Situasi ini gilirannya menampilkan bentuk agama yang lebih demokratis di mana tafsir keagamaan menjadi beragam dan tidak lagi tunggal (Rumadi, 2012). Dengan kata lain, akses terhadap ilmu agama tidak lagi dimiliki para elite agama atau yang biasa disebut ulama (Hasan, 2019). Setiap orang bisa dengan mudah mengakses pengetahuan menurut selera dan kebutuhan masing-masing. Seseorang yang memerlukan jawaban atas suatu persoalan tidak harus bertanya langsung kepada ulama. Fatwa-fatwa keagamaan tidak lagi hanya dimiliki ulama konvensional. Kini, setiap orang bisa menemukan jawaban dan mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tersedia di media (Jinan, 2013).

Menarik ditemukan fakta bahwa penggunaan ponsel oleh masyarakat Indonesia sebanyak 338,2 juta. Begitu juga data yang tak kalah menariknya, ada 160 juta pengguna aktif media sosial (medsos) yang kerap diakses oleh pengguna internet. Adapun medsos yang paling banyak 'ditongkrongi' oleh pengguna internet Indonesia dari paling teratas adalah YouTube (Kemp, 2020). YouTube yang berisi beragam konten video yang diklasifikasikan sebagai media audio visual yang berupa gambar sekaligus suara. Sehingga informasi dakwah menjadi lebih efektif dan mudah diterima oleh khalayak (Ilaihi & Andriyani, 2010). Artinya, kemunculan internet memberikan peluang bagi keberlangsungan transformasi aktivitas dakwah. Internet yang termasuk dalam kategori media massa dianggap mampu untuk menyampaikan pesan dakwah dalam cakupan yang lebih luas dan tidak terbatas (Rumadi, 2012). Dewasa ini kita banyak melihat bahwa individu ataupun organisasi keagamaan mulai banyak yang membuat situs web mereka sendiri. Hal ini tidak mengherankan jika aktivitas dunia maya telah menjadi sesak dan padat (Helland, 2007).

Dakwah melalui internet, berdasarkan penelitian dapat dilihat dari beberapa aspek. Salah satunya, kehadiran YouTube yang dapat dimanfaatkan oleh para pengiat dakwah untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan serta merespon isu-isu kontemporer yang berhubungan dengan agama (Arifuddin, 2016). YouTube dinilai lebih cenderung menarik dan tidak membosankan jika dibandingkan dengan televisi. Konten yang berada di Youtube lebih lengkap dan tanpa dibatasi oleh waktu. Sehingga pengguna dapat mengakses konten YouTube sesuai dengan apa yang diminati dan dibutuhkan. Sehingga, penggunaan YouTube sebagai media dakwah sangat tepat dilakukan pada era digitalisasi seperti sekarang. Hal ini didukung dengan banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, sehingga penyampaian informasi mengenai ajaran Islam akan semakin mudah tersebar serta diakses di manapun dan kapanpun. Fenomena ini menjadi tantangan sekaligus peluang tersendiri dalam penyampaian dakwah. Pesan dakwah yang dikemas menarik menjadi hal yang dapat menarik perhatian masyarakat luas dan sangat berpengaruh pada penerimaan pesan dakwah yang disampaikan.

Hal ini menarik minat dari para pemuda, khususnya generasi milenial yang menggunakan media internet dalam kehidupan sehari-hari mereka. Salah satunya di kalangan milenial muslim perkotaan, nama Ust. Hanan Attaki tentu sudah sangat populer dan tidak asing di telinga sebagai julukan *celebrity preacher* yang memiliki banyak *followers* dari kalangan milenial. Ust. Hanan Attaki merupakan salah satu yang

memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan dakwahnya melalui kanal YouTube yang diberi nama Pemuda Hijrah atau Shift. (Farchan, 2020) Berdasarkan riset tersebut mengungkapkan preferensi milenial muslim perkotaan terhadap sumber-sumber literasi dakwah Islam. Mayoritas responden (45,45%) memilih Ust. Hanan Attaki, menyusul (14,54) Qurais Syihab, (9,09%), Felix Saw (8,18), Abdul Somad (UAS) (6,36%), Yusuf Mansyur, Adi Hidayat dan Rizieq Syihab masing masing (2,72%), Gus Miftah, KH.Said Aqil Siradi dan Cak Nun dengan masing-masing (0,90%). Sementara (5,45%) responden menyatakan tidak tahu. Riset ini menggambarkan bahwa generasi milenial lebih tertarik dengan Ust. yang memiliki rentang usia yang muda dan melek secara teknologi seperti ust. Hanan Attaki. Dalam konteks tertentu, adapun dalam penyampaian dakwahnya, Ust. Hanan Attaki mengemas bahasa dakwah secara menarik mungkin sesuai dengan nafas dan denyut nadi modernitas zaman (Farchan, 2020).

Berdasarkan pemaparan di atas, terdapat keberagaman pemuda hijrah pada komunitas Shift. Penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana bentuk ekspresi keberagaman *online* yang dilakukan oleh komunitas Shift dalam penyampaian dakwahnya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan khususnya bagi pengayaan pada ilmu pengetahuan Islam.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mencakup pendekatan *interpretif* yang mencoba mendeskripsikan pendapat yang ada dalam objek penelitian dan *naturalistik* terhadap subjek kajiannya (Denzin & Yvonna S, 2009). Jenis penelitian yang penulis gunakan fenomenologi yang diterapkan sebagai metode penelitian, bertujuan untuk mencari hakikat atau esensi dari pengalaman. Sasarannya adalah untuk memahami pengalaman sebagaimana disadari (Raco, 2010) teknologi dan keagamaan digital terkait ekspresi keberagaman di internet. Penulis mengkaji dan menganalisis pengalaman fenomena *cyber religion* pada komunitas Shift.

Penelitian ini bersifat *multisources*, sehingga peneliti menggumpulkan data dari berbagai sumber yang terkait dengan topik yang dikaji dalam penelitian ini. Data yang peneliti dapatkan menggunakan beberapa metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan studi *literature*.

Sumber data primer langsung diperoleh di lokasi penelitian atau objek penelitian (Ardinal, 2014). Subjek penelitian kualitatif adalah informan yang memahami objek penelitian (Bungin, 2007). Subjek dalam penelitian ini berjumlah 5 informan yang merupakan *subscriber* atau pengikut dari platform YouTube Shift Media. Pemilihan subjek atau informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Teknik ini terdapat pertimbangan tertentu sesuai dengan karakteristiknya yang diharapkan sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi yang diteliti (Sugiyono, 2017). Adapun karakteristik pemilihan informan yaitu: pengikut komunitas Shift yang aktif, generasi milenial dengan rentang usia 16-30 Tahun dan terakhir telah bergabung dengan komunitas selama kurang lebih 2 tahun. Adapun sumber data sekunder seperti buku referensi, koran, majalah, artikel *online* sebagai pelengkap yang

sifatnya melengkapi data yang sudah ada guna mendukung data dalam penelitian ini (Nawawi, 1998).

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model interaktif dari Miles & Huberman di mana terdapat tiga sub proses yang saling berkaitan yaitu: *Pertama*, reduksi data yaitu proses memilih, memfokuskan dengan cara merangkum, memilih hal pokok, memfokuskan pada hal penting dan penyajian cerita dengan tertulis. *Kedua*, penyajian data yang lebih terfokus meliputi ringkasan terstruktur. *Ketiga*, tahap kesimpulan dan verifikasi dalam proses interpretasi; penetapan makna dari data yang tersaji (Denzin & Yvonna S, 2009).

Hasil dan Pembahasan

Konsep Ekspresi Keberagamaan Online

Keberagamaan ialah kesadaran diri individu sebagai umat beragama dalam menjalankan suatu ajaran dari agama yang dianutnya. Keberagamaan pada setiap manusia memiliki implikasi yang berbeda. Hal ini dilatarbelakangi oleh perkembangan fisik dan psikis yang berbeda beda (Hamali, 2016). Secara teknis, fenomena aktivitas dakwah di internet diidentifikasi melalui beragam ekspresi keberagamaan yang secara umum dapat dikategorikan dalam 5 (lima) kategori besar, yakni *pertama* portal islam. Portal dapat dipahami sebagai situs yang menampilkan beragam informasi yang ditunjang sejumlah fitur yang bervariasi dan didukung oleh *link-link* yang berhubungan dengan situs-situs lain yang lebih spesifik. Sama halnya dengan portal Islam yang juga dipandang mampu memperkuat jaringan umat Islam di internet, sehingga dapat memainkan peran dalam struktur jejaring dan ekspresi dakwah dalam konteks global. Sehingga, portal Islam dianggap efisien karena seseorang dapat mengembangkan pengetahuan keagamaan yang lebih baru dan detail, serta memfasilitasi bentuk literasi Islam melalui sumber informasi yang lebih luas.

Kedua, Media sosial Islam. Media sosial Islam dapat didefinisikan sebagai situs jaringan sosial yang memungkinkan para penggunanya untuk mengontruksi profil dirinya secara publik ataupun tidak dalam sistem yang secara formal mengartikulasikan hubungan mereka dengan sesama pengguna lain. Seperti halnya beberapa media sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter yang dapat memediasi pertemanan *online* berbasis komunitas, yang ditawarkan dalam forum-forum diskusi yang telah muncul sebelumnya. Melalui grup atau komunitas ini umat Islam melakukan aktivitas dakwah, misalnya dengan cara berbagi informasi keagamaan yang dapat pula didiskusikan.

Ketiga, *file-sharing*. Bentuk lain dari aktivitas dakwah di internet adalah adanya *file-sharing* atau tempat berbagi *file* dalam berbagi format, mulai dari dokumen, video, audio, bahkan *software* islami. Secara umum ada dua macam cara berbagi file, yakni *direct-download* dan *torrent-download*. Salah satu situs yang dikategorikan dalam *file-sharing* adalah YouTube.com. Sumber ini bertujuan sebagai alternatif untuk berbagi video-video islami yang relevan dengan umat Islam. Melalui situs ini juga memungkinkan setiap orang dapat melakukan unggah dan unduh video dengan format

.flv (*flash video*) hingga MP4 dan kemudian dapat didistribusikan ulang dalam konteks *online* maupun *offline*.

Keempat, chat-Islam. Layanan lain yang juga memiliki popularitas yang tinggi adalah *chat Online*, yaitu fasilitas yang memungkinkan para pengguna internet melakukan obrolan baik berbasis teks maupun *video conference* dengan sesama pengguna lain dalam sebuah *chat room*. Oleh sebab itu, *chat Islam* yang dimaksud di sini ialah fitur chat berbasis *web* yang memang diperuntukkan secara khusus memperbincangkan tema-tema keislaman dan *kelima, aplikasi islami (islamic apps)*. Secara umum aplikasi islami dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar yang memiliki arah perkembangan yang berbeda; *Pertama*, pada kelompok ini ada dasarnya situs-situs ini tidak hanya menyediakan aplikasi atau *software-software*, tetapi juga memosisikan diri sebagai *Islamic resources* (sumber daya Islam) meliputi dokumen, *software* dan sejumlah layanan fungsional lainnya. Kelompok ini dapat dijalankan melalui *personal computer (PC)*. *Kedua*, kelompok ini secara operasional menjalankan aplikasi-aplikasi ini melalui pihak *provider* seperti Play Store atau App Store dan aplikasi ini juga tidak dijalankan melalui PC melainkan melalui *smartphone* (Fakhruroji, 2017).

Ekspresi Keberagamaan Komunitas Shift

Sebagaimana telah disinggung sebelumnya bahwa sebagai ruang baru bagi ekspresi keagamaan, internet memiliki potensi lanjutan bagi agama-agama untuk menyebarkan ajarannya atau aktivitas dakwah. Aktivitas dakwah itu sendiri meliputi konteks komunikasi keagamaan yang dimediasi oleh fitur-fitur internet sebagai medium komunikasi, gerakan sosial keagamaan yang muncul di internet dan upaya sistematis untuk memfasilitasi interaksi dakwah yang dilakukan secara *online* (Iqbal, 2016). Dunia teknologi komunikasi dan informasi tentunya sudah tidak asing dengan istilah *cyber* yang sering kita jumpai. *Cyber* dapat dipahami sebagai bentuk aktivitas yang berkaitan dengan internet melalui sistem jejaring. Istilah tersebut semakin berkembang menjadi *cyber-cyber* yang lain (Mazaya, 2019), seperti yang dikaji dalam hal ini, yaitu *cyber religion*. *Cyber religion* adalah pengetahuan mengenai keagamaan yang disebarluaskan melalui media *online* ke seluruh pelosok dunia tanpa batasan waktu dan jarak (Malik, 2021).

Fenomena ini jadi menarik, ketika beragam bentuk media komunikasi dan informasi mulai secara aktif dimanfaatkan oleh sejumlah kalangan untuk kepentingan dakwah. Hadir nya media-media atau situs-situs bernuansa islami dapat dimaknai sebagai dinamika baru positif terhadap kehadiran internet yang dimanfaatkan dalam keagamaan (Saefulloh, 2012). Hal ini dimanfaatkan oleh sejumlah Ust. untuk menekuni *cyber religion* sebagai jalur dakwah dan bersaing ketat dalam arena pasar *cyber religion* tersebut, guna menyebarkan ajaran Islam dalam jangkauan yang luas di internet, sebut saja Gerakan Pemuda Hijrah atau komunitas Shift.

Gerakan Pemuda Hijrah atau biasa dikenal dengan sebutan komunitas Shift merupakan sebuah gerakan dakwah yang resmi dibentuk pada tahun 2010 yang

didirikan oleh Ust. Hanan Attaki. Pendiri Gerakan Pemuda Hijrah itu sendiri merupakan seorang pendakwah yang populer dikalangan masyarakat, terutama anak muda. Ust. Hanan Attaki atau yang kerap disapa UHA, lahir di Aceh pada 31 Desember 1981 dan merupakan anak kelima dari 6 bersaudara. Beliau sejatinya memiliki *background* dakwah. Di mana ia merupakan lulusan Universitas Al-Azhar Mesir dan aktif di berbagai organisasi Islam di Indonesia. Pada awalnya gerakan ini menasar kepada kalangan anak muda khususnya di kota Bandung yang belum peduli atau belum tertarik dengan Islam bisa lebih tertarik dan mencintai agama yang diridai oleh Allah. Gerakan ini senantiasa menjadi wadah dan fasilitas bagi kaum generasi muda yang ingin berhijrah dan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Di mana kegiatan tersebut sejatinya mampu membawa perubahan dan pencerahan bagi diri para generasi muda untuk memantapkan langkah (Abdurrahman, 2020).

Gerakan ini berawal dari dakwahnya Ust. Hanan Attaki yang diselenggarakan pada tahun 2010 melalui kajian taklim di Masjid Al-Lathiif, Cihapit Bandung Jawa Barat. Sejumlah pemuda pemudi yang dulunya pernah bermasalah dengan kenakalan remaja atau penyimpangan sosial akhirnya memutuskan untuk hijrah. Dari gagasan tersebut Ust. Hanan Attaki mencoba untuk merangkul kembali pemuda-pemuda yang jauh dari lingkungan masjid (Devi, 2019). Seperti halnya anak-anak geng motor, komunitas *music indie*, anak-anak *skateboard* maupun anak-anak *punk* untuk kembali ke masjid dan kembali mencintai Allah SWT dengan gaya mereka masing-masing. Tidak mengherankan, bahwa setiap kegiatan yang diselenggarakan selalu sesak dan dipenuhi generasi muda yang mencoba untuk berhijrah. Kegiatan rutin yang dilakukan di Masjid Al-Latif setiap hari Senin, Rabu dan Sabtu kerap kali membeludak dan tidak terbendung (Khalida Yusria & Komariah, 2018). Berangkat dari semakin banyaknya minat kaum milenial yang mencoba untuk berhijrah dengan mengikuti kajian Ust. Hanan Attaki dan untuk merealisasikan konsep dakwah yang terbilang asik, gaul namun tetap sopan sesuai syariat Islam maka pada Maret 2015 Ust. Hanan Attaki merilis sebuah nama Gerakan Pemuda Hijrah atau dikenal dengan sebutan Shift yang menasar pada penggunaan internet (Devi, 2019).

Hal tersebut selaras dengan *tagline* Shift yaitu "*Banyak main, Banyak manfaat, Banyak pahala, Sedikit Dosa*" Moto di Shift ini sendiri memiliki arti di mana konten ini mengajak anak muda khususnya untuk lebih banyak bergerak dan beraktivitas yang bermanfaat. Hal inilah yang menjadi ketertarikan tersendiri bagi pemuda-pemudi khususnya generasi muda milenial untuk bergabung bersama komunitas Gerakan Pemuda Hijrah ('Data Dokumentasi *Youtube* Pemuda Hijrah', 2017, p. 12 Agustus 2020). Dibentuknya gerakan Pemuda Hijrah ini atas dasar keprihatinannya terhadap kaum muda yang cenderung tidak rendah dalam bidang dakwah. Gerakan pemuda Hijrah ingin menanamkan nilai nilai religius pada anak remaja atau generasi muda, khususnya generasi milenial. Penggunaan bahasa yang akrab dan kekinian di kalangan anak muda, Shift mengemas dakwah menjadi sebuah ajakan yang ramah dan menyajikan visualisasi publikasi yang menarik bagi anak muda (Khalida Yusria & Komariah, 2018).

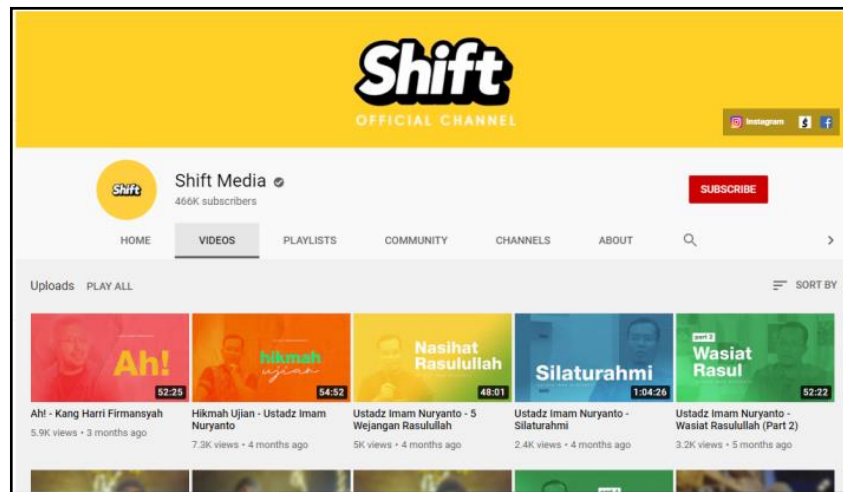
Sehingga bisa kita lihat bahwa Ust. Hanan Attaki dalam pendekatan dakwahnya menggunakan model kekinian ala generasi milenial. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju dan berkembang pun dimanfaatkan oleh ust. Hanan Attaki, di mana dengan menggunakan media sosial di antaranya Instagram (@pemudahijrah), Facebook (Pemudahijrah), Twitter (@PemudaHijrah), *Website* (<https://pemudahijrah.id/>), kanal YouTube (Pemuda Hijrah) dan Line (@pemudahijrah).

Ekspresi keberagamaan melalui internet yang dilakukan oleh Ust. Hanan Attaki pada Shift, dilakukan sedemikian rapih dan tertata. Mengikuti konsepnya yang gaul, asyik dan syar'i Ust. Hanan Attaki mengemas dakwahnya melalui video-video dakwah yang bergambar dan tulisan-tulisan yang menyertai suaranya agar mudah dipahami dan dimengerti. Tidak ketinggalan juga dengan *background* suara yang mengiringi videonya. Gambaran tersebut dinilai efektif untuk dapat merangkul seluruh kalangan generasi muda bahwa mempelajari Islam itu tidak kaku atau menyeramkan, melainkan menyenangkan. Sehingga, keberadaan Shift yang terbuka dan menerima untuk semua generasi muda menjadi salah satu daya tarik tersendiri (Devi, 2019).

Antusias para generasi muda terlihat dengan banyaknya jamaah yang mengikuti kajian yang dilaksanakan oleh Shift, hingga kajian pun terkadang berpusat di Masjid Agung Trans Studio Bandung. Melihat jamaah yang mayoritas diisi oleh generasi muda, Ust. Hanan Attaki mulai menyesuaikan dengan berbagai hal yang digandrungi anak muda, melihat perkembangan yang semakin maju akan perkembangan teknologi, misalnya dengan berdakwah dengan media salah satunya melalui YouTube. Ust. Hanan Attaki memulai kajian dakwah dengan memanfaatkan internet yaitu melalui *live streaming* pada YouTube yang bernama Shift Media yang dimulai pada 20 September 2017. Kajian *online* tersebut bukan tanpa alasan, metode ini juga dilakukan agar generasi muda yang berada di luar Bandung dan ingin mengikuti kajian Shift tidak perlu lagi jauh-jauh untuk datang ke Bandung. Selain itu bagi yang ketinggalan mengikuti kajian juga bisa menonton disaat waktu luang tanpa terikat waktu dan tempat (Zahara, Wildan, & Komariah, 2020).

Ketertarikan generasi muda terhadap Gerakan Pemuda Hijrah dibuktikan dengan banyaknya generasi muda yang tertarik untuk mengikuti media sosial YouTube komunitas Shift dengan jumlah pengikut lebih dari 465.000 dengan 28.545.213 *viewers* yang didominasi oleh generasi muda milenial. Terhitung terdapat 203 video yang telah diunggah merupakan video dari kajian ceramah Ust. Hanan Attaki ('Data Dokumentasi Youtube Pemuda Hijrah', 2017, p. 12 Agustus 2020). Secara tidak langsung, melalui ilustrasi ini media sosial keagamaan berlangsung dengan cukup massif (Taufik & Taufik, 2020).

Gambar 2. Laman YouTube Shift Media



Sumber: <https://www.youtube.com/channel/UCVes0G5DqPa3ZHPL4W2OrhA>

Ekspresi keberagamaan di internet yang dilakukan Ust. Hanan Attaki menjadikan YouTube sebagai sarana penyebaran dakwahnya, sehingga Shift sangat aktif dalam menyebarkan berbagai video, *quotes* dan cuplikan-cuplikan kajian yang disebut *Iminutebooster*. Bersumber dari dakwah *offline* yang dilakukan di Masjid Al-Latihif, Cihapit Bandung berupa kajian subuh, kajian rutin, qiyamullail dan ngaji bersama yang dikemas *online* sehingga bisa di lihat dan dinikmati melalui kanal YouTube Shift Media. Adapun beberapa konten yang terdapat pada YouTube yaitu: kajian *full*, rekaman salat, *Iminutebooster*, kajian kolaborasi, *voice of youth*, *jackpot* rezeki dan ramadan bareng UHA.

Secara teknis penyebaran informasi keagamaan atau fenomena aktivisme dakwah diidentifikasi melalui beragam ekspresi keberagamaan di internet. Di mana kajian YouTube Shift masuk ke dalam kategori *file-sharing*. *File-sharing* atau tempat berbagi *file* dalam berbagai format merupakan bentuk lain dari aktivitas dakwah di internet. Di mana sumber ini bertujuan sebagai alternatif untuk menonton atau berbagi video-video islami yang relevan dengan umat Islam (Fakhruroji, 2017). Hal ini bertujuan untuk mendistribusikan konten-konten dakwahnya agar dapat dinikmati oleh generasi muda secara luas dan merata. Memberikan pengetahuan dan pencerahan bahwa sejatinya dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju dakwah dan internet tidak bisa dipisahkan. Keberadaan ini tentu menjadikan dakwah yang semakin mudah, fleksibel dan efisien. Sebagaimana telah disinggung sebelumnya bahwa sebagai ruang baru bagi ekspresi keagamaan, internet memiliki potensi lanjutan bagi agama-agama untuk menyebarkan ajarannya atau aktivitas dakwah. Aktivitas dakwah itu sendiri meliputi konteks komunikasi keagamaan yang dimediasi oleh fitur-fitur internet sebagai medium komunikasi, gerakan sosial keagamaan yang muncul komunitas di internet dan upaya sistematis untuk memfasilitasi interaksi dakwah yang dilakukan secara *online* (Fakhruroji, 2017).

Faktor Ketertarikan Keberagamaan Komunitas Shift

Berdasarkan bentuk ekspresi keberagamaan yang dilakukan oleh Ust. Hanan Attaki dalam menarik minat generasi muda terhadap Gerakan Pemuda Hijrah dengan pemanfaatan YouTube sebagai salah satu media dakwahnya. Tentu memiliki ketertarikan tersendiri bagi para pengikutnya di dunia maya. Para informan beranggapan memiliki ketertarikan dengan Shift atau Pemuda Hijrah ialah karena pendiri sekaligus Ust. Hanan Attaki kerap mengisi kajian *online* yang dapat mewakili *genre* kalangan milenial. Di mana dalam berdakwah ia kerap mengangkat topik yang sangat menarik dengan penggunaan gaya bahasa yang sederhana, lebih ringan dan mudah dipahami. Seperti yang diungkapkan oleh informan berikut ini:

“Secara umum, ketertarikan saya untuk ikut dalam komunitas Shift ini karena pengalaman mengikuti kajian langsung di Bandung. Kesan pertama ikut itu, vibes nya beda. Ust. Hanan Attaki pada saat ceramah penggunaan bahasanya yang masuk ke kita, bahasa nya ringan dan mudah dipahami. Tapi tidak mengurangi makna dari pesan yang dia berikan, jadi lebih enjoy. Akhirnya, beliau menjadi salah satu Ust. pilihan saya ketika membutuhkan pencerahan” (wawancara dengan informan 2 tanggal 17 Agustus 2020).

Berdasarkan keterangan ini dapat dikatakan salah satu ketertarikan para pengikut komunitas Shift ialah karena penggunaan bahasa yang ringan dan mudah diterima oleh kalangan generasi muda. Selain itu, penampilan Ust. Hanan Attaki dalam mengisi kajian *online* di kanal YouTube atau secara langsung tampil dengan sangat sederhana dan sopan namun, jauh dari tampilan ulama atau kyai. Pakaian yang kerap digunakan oleh Ust. Hanan Attaki diantaranya kupluk, jaket maupun syal.

Gambar 3. Gaya Berpakaian Ust. Hanan Attaki



Sumber: YouTube Shift Media

Jika selama ini pendakwah identik akan menggunakan pakaian seperti gamis. Hal lain tidak tampak pada pendakwah dan jemaahnya, di mana komunitas ini terlihat

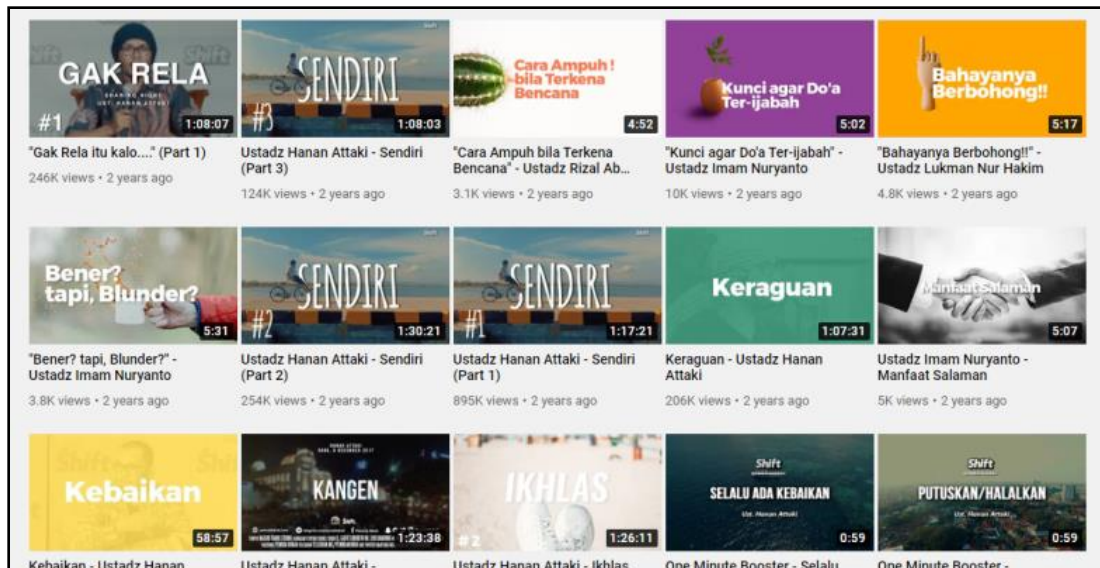
sebagian besar menggunakan baju koko, kemeja ataupun *sweeter*. Sehingga, penampilan bukan hal utama dalam komunitas ini.

Selain penampilan pada saat mengisi kajian di YouTube, Ust. Hanan Attaki memiliki metode pendekatan melalui tema yang dibawakan pada saat berdakwah. Mayoritas tema yang dibahas di kanal YouTube Shift Media, tema ceramah membahas tentang kehidupan anak muda. Hal ini didukung oleh para informan yang juga beranggapan bahwa tema-tema yang ada di YouTube sebagian besar berisi seputar cerita kehidupan pemuda saat ini.

“Kalau kita lihat tema-tema ceramah yang disuguhkan itu memang seputar kehidupan remaja, anak muda. Ia seolah-olah masuk dalam kehidupan kita, di mana seusia kita ini rentan sama yang namanya patah semangat dalam beribadah atau pada saat ada problem dalam kehidupan kita. Nah, tema di Shift itu seputar itu, jadi sangat cocok untuk saya. Banyak motivasi di dalamnya yang membuat kita jadi semangat” (wawancara dengan informan 4 tanggal 24 Agustus 2020).

Pemilihan konten yang menjadi daya tarik dan dinilai sukses menyentuh kalangan generasi muda dan ruang lingkupnya dengan pemilihan tema-tema yang lebih menyisir pada keseharian generasi muda. Sebagian tema nya dapat kita lihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4. Tema Kajian



Sumber: YouTube Shift Media

Video dakwah Ust. Hanan Attaki pada *channel* YouTube Shift Media, penyampaiannya dapat disimpulkan telah dipersiapkan secara baik sesuai dengan kebutuhan. Kemudian penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti antara pendakwah dan jamaah tersebut, mampu menarik minat kebutuhan akan informasi keagamaan serta menimbulkan kepuasan tersendiri. Berdasarkan wawancara dan

observasi yang peneliti lakukan terkait tema-tema dengan materi apa yang paling disukai oleh para informan dalam kajian *online* Ust. Hanan Attaki melalui YouTube Shift Media diperoleh hasil berikut ini:

Gambar 5. Tema Kajian



Sumber: YouTube Shift Media

Materi yang paling menarik tentang “*jangan kasih kendor*”. Informan 1 dan 4 berpendapat bahwa terdapat pesan yang memotivasi dalam video tersebut. Dalam video tersebut terdapat kalimat “*istiqomah itu berat, Nabi aja sampai beruban, apalagi kita? Tapi bukan berarti kita menyerah sama hal-hal sulit dalam agama, tapi kita disuruh supaya berusaha terus jangan menyerah*”. Kajian dalam video “*jangan kasih kendor*” menyampaikan kepada jamaahnya agar ketika dihadapkan dengan hal hal yang sulit dalam hidup kita, kita diminta harus berusaha dan jangan menyerah. Karena sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum, kecuali kaum itu sendiri yang mengubahnya.

Informan 3 menyukai ceramah dengan tema “*sendiri*” dan “*woles aja*”. Informan ini beranggapan tema itu sangat disukai karena ia merasa kajian itu memang disasarkan untuknya, dengan pesan agar ia tidak menganggap bahwa dirinyalah yang paling benar. Dalam video kajian “*sendiri*” terdapat kalimat “*janganlah kalian menganggap hanya diri kalian saja yang suci. Allah lebih tau siapa yang paling bertakwa*”. Ust. Hanan Attaki dalam kajian tersebut menyampaikan bahwa kita sebagai makhluk Allah SWT, jangan mudah atau jangan pernah merasa bahwa kitalah yang paling baik dan bijaksana dibandingkan dengan yang lain, karena sesungguhnya Allah SWT-lah yang tahu siapa yang paling bertakwa di antara umat-umat nya. Selain itu untuk tema “*woles aja*” merupakan kajian yang mengandung pesan untuk selalu tersenyum terhadap sesama. Ust. Hanan Attaki menyampaikan bahwa apapun yang kita

miliki saat ini pada hakekatnya adalah milik Allah SWT, sehingga kita sebagai manusia dan makhluk Allah SWT harus ikhlas dan ridho atas ketentuannya. Termasuk ketika Allah mengambil sesuatu yang kita miliki.

Informan 2 dan 5 mengatakan bahwa kajian *online* dengan tema “*putuskan atau halalkan*”. Para informan beranggapan tema tersebut menjadi *mood booster* atau penyemangat ketika mereka sedang dalam keadaan yang sulit. Dalam video “*putuskan atau halalkan*” terdapat kalimat “*apa yang harus kita bekali dalam diri kita, supaya kita bisa berani, berdiri dan mantep. Kalau kita mau menghadapi suatu ujian yang berat, pengen ngejalanin suatu tugas yang berat mau ujian nasional, skripsi mau ngelamar cewek mau diputusin pacar, kan berat nih. Gimana caranya kita mutusin atau halalin, ambil langkah. Maka, coba kita masuk kedalam hati kita dengan melibatkan Allah untuk memilih pilihan tersebut. Akan datang keajaiban, karena Allah gak akan ngecewain kita*”.

Kajian tersebut memiliki pesan kepada generasi muda agar tidak mudah putus asa ketika dihadapkan dengan pilihan hidup. Kita diajarkan untuk selalu berdiri dan tangguh ketika dihadapkan dengan permasalahan hidup dan diminta untuk selalu melibatkan Allah SWT disetiap pilihan kita. Berdasarkan ketertarikan untuk memanfaatkan teknologi sebagai sumber informasi keagamaan pada infroman beranggapan dengan mengikuti kajian Ust. Hanan Attaki secara *online*, dinilai berpengaruh besar dalam spiritual mereka. Di mana mereka beranggapan materi yang disampaikan Ust. Hanan Attaki yang mewakili *genre* generasi muda, memudahkan mereka dalam menyerap dan juga mengimplentasikan. Sehingga, para informan merasakan perubahan besar dalam kehidupannya, mereka merasakan perubahan sikap yang lebih religius dan perubahan pengetahuan yang semakin bertambah. Selain itu, keberadaan YouTube Shift menjadi solusi ketika mereka tidak bisa datang langsung ke kajian *offline* atau kajian konvensional.

Berdasarkan penelitian, para informan yang beranggapan bahwa mengikuti kajian *online* Shift dapat memenuhi kebutuhan akan informasi keagamaan secara efektif dan juga efisien. Karena mereka beranggapan bahwa belajar keagamaan dapat dilakukan di manapun dan kapanpun tanpa terikat dan dapat disesuaikan dengan karakteristik masing masing informan. Bagi jemaah Shift atau Pemuda Hijrah yang tidak bisa datang ke kajian rutin untuk belajar keagamaan secara langsung, dapat dengan mudah mengikuti kajian selayaknya di dunia nyata dengan berselancar di Internet membuka YouTube Shift Media. Seperti yang diutarakan oleh informan 3 berikut ini:

“Bergabung di komunitas Shift ini memberikan kemudahan tentunya untuk aku untuk berhijrah menjadi lebih baik, lebih spiritual. Jadi kita gak ada alasan untuk tidak mengikuti kajian, karena sudah difasilitasi melalui youtube yang bisa kita akses kapan dan di manapun. Kita bisa ikut live streaming nya juga, kalau keterbatasan waktu ya kita bisa tonton disaat memiliki waktu luang” (wawancara dengan informan 3 tanggal 25 Agustus 2020).

Berdasarkan temuan yang penulis dapatkan, para informan beranggapan keberadaan Shift Media sebagai wadah bagi komunitas Shift dalam mencari sumber kajian *online* memiliki fungsi yang relevan. Di mana Shift Media bisa menjadi sebagai alternatif informasi keagamaan, semakin mendekatkan diri kepada Allah SWT dan dapat menambah khazanah keilmuan untuk memperkuat keimanan para penggunanya.

Mengenai hal ini, Shift Media yang memanfaatkan media internet dengan penggunaan situs sebagai ekspresi keberagamaan. Mengajak para pengguna internet untuk berpartisipasi dalam praktik-praktik keagamaan secara *online* melalui *streaming* ataupun siaran ulang sesuai dengan ketersediaan waktu para jemaahnya. Praktik-praktik ini mungkin berbeda-beda antara pengunjung satu dan yang lainnya. Namun demikian, perbedaan ini tidak bersifat absolut. Tidak jarang, para generasi muda yang tengah mengalami krisis kepercayaan menjadikan konten YouTube Shift Media sebagai sarana untuk merefleksikan diri menjadi pribadi yang kembali menerapkan unsur keislaman dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini selaras dengan pendapat Merrill yang beranggapan bahwa para komunitas Shift setelah menonton kajian tersebut merasakan ketengan dalam diri, lebih giat dalam beribadah, perubahan perilaku menjadi lebih baik dan kembali pada kaidah keislaman. Sehingga, Gerakan Pemuda Hijrah melalui Shift Media memainkan peranan positif dalam aspek gerakan sosial yang difasilitasi media social (Zahara et al., 2020).

Keberadaan kajian *online* Shift yang dikemas apik oleh Ust. Hanan Attaki bertujuan untuk menarik kembali minat kalangan anak muda untuk mencintai Islam. Adapun ketertarikan pada komunitas Shift disini dengan memanfaatkan *youtube channel* sebagai alternatif keberagamaan *online* ialah kajian *online* dapat diikuti kapanpun dan di manapun, penggunaan bahasa yang sederhana menyesuaikan *genre* yang menyisir pada kehidupan generasi muda. Tema dakwah yang masa kini sesuai dengan sasaran dakwahnya dikemas dengan bahasa yang apik dan gaul menjadikannya digandrungi dan diminati kalangan generasi muda. Selain itu, keberadaan kajian *online* Shift menjadikan jemaah dapat menimba ilmu pengetahuan keagamaan dengan efisien.

Keuntungan dakwah *youtube* yang dilakukan oleh ust. Hanan Attaki dalam kajian *online* atau *online religion* memiliki tingkat signifikansi yang tinggi bagi pengikut atau jemaahnya. Hal ini dapat dilihat dari berbagai aspek. *Pertama*, para informan yang memiliki keterbatasan waktu dan jarak untuk mengikuti kajian konvensional atau tatap muka sedangkan membutuhkan motivasi dan juga informasi keagamaan dapat mengikuti kajian keagamaan secara *real time* melalui YouTube secara *streaming* dan juga dapat disesuaikan dengan waktu pengikutnya. *Kedua*, segala informasi yang terdapat pada kajian *online* dapat diarsipkan dan dapat ditonton berulang kali oleh pengikutnya.

Secara umum, Ust. Hanan Attaki telah memanfaatkan media untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah dan praktik keagamaan melalui kajian *online* yang dilakukan di kanal YouTube Shift Media. Serta dalam pandangan pengikutnya internet telah memberikan kemudahan bagi mereka dalam menjalankan praktik keagamaan seperti kajian *online* dan juga mencari informasi keagamaan. Dalam konteks *cyber religion*,

kajian *online* yang dilakukan di *youtube* Shift dapat dimaknai dan dipahami sebagai *online religion* untuk memenuhi kebutuhan komunitas Shift dalam praktik keagamaan. Juga dapat dikatakan bahwa masifnya agama dan internet mendukung pandangan komunikasi yang termediasi komputer ini sebagai tempat di mana orang dapat mengekspresikan pandangan religius mereka dan berbagi pengalaman, informasi dan ilmu pengetahuan terkait agama tanpa batasan apapun.

Sehingga, berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dapat diketahui bahwa agama tidak lagi dipahami seperti dahulu. Sebagaimana ditarik kesimpulan bahwa para pengguna internet dengan tujuan mencari informasi atau pesan-pesan keagamaan telah menjadikan situs Shift Media sebagai alternatif keagamaan mereka apabila dikaitkan dengan masalah-masalah keagamaan. Hal ini pun diperkuat dengan pendapat Possamai yang menyebutkan bahwa dalam masyarakat konsumen untuk beragama pun orang lain lebih mengedepankan unsur kepraktisan dan serba instan (Possamai, 2005). Satu hal yang pasti menarik yang menjadi benang merah adalah di mana telah terjadi transformasi dalam praktik agama saat ini, praktik beragama yang biasanya dilakukan secara konvensional dan terbatas. Sekarang menjadi sangat lentur dan bisa disesuaikan dengan karakter setiap media (Setiansah, 2015).

Simpulan

Kehadiran internet yang semakin berkembang tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga dinilai sebagai media yang penting untuk memperkuat gerakan sosial yang memungkinkan terciptanya masyarakat jejaring. Artinya, internet digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan keagamaan oleh sebagian kalangan ulama atau pendakwah dengan menerapkan berbagai strategi penyebaran dalam aktivitas dakwah. Ust. Hanan Attaki, selaku pendiri Shift telah membawa perubahan cukup signifikan dalam aktivitas dakwah secara *online*. Shift merupakan sebuah gerakan dakwah seperti kajian *online* yang senantiasa menjadi wadah dan fasilitas bagi kaum generasi muda yang ingin berhijrah dan mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Keberadaan komunitas Shift yang berdasar pada gerakan hijrah berhasil menarik perhatian para generasi muda untuk bergabung dalam komunitas Shift di YouTube. Dalam konteks ini, bentuk ekspresi keagamaan dalam fenomena *cyber religion* masuk dalam kategori *file-sharing*. Bentuk keagamaan *online file-sharing* yang dilakukan Ust. Hanan Attaki dalam penyebaran dakwahnya. Hal ini bertujuan untuk mendistribusikan konten-konten dakwahnya agar dapat dinikmati oleh generasi muda secara luas dan merata. Keberadaan ini tentu menjadikan dakwah yang semakin mudah, fleksibel dan efisien. Kajian *online* Shift yang dikemas apik oleh Ust. Hanan Attaki bertujuan untuk menarik kembali minat kalangan anak muda untuk mencintai Islam. Adapun ketertarikan pada komunitas Shift disini dengan memanfaatkan YouTube *channel* Shift Media sebagai alternatif keberagamaan *online* ialah kajian *online* dapat diikuti kapanpun dan di manapun, penggunaan bahasa yang sederhana menyesuaikan *genre* yang menyisir pada kehidupan generasi muda. Tema dakwah yang masa kini sesuai dengan sasaran dakwahnya yang dikemas dengan bahasa yang apik dan gaul

menjadikannya digandrungi dan diminati kalangan generasi muda. Selain itu, keberadaan kajian *online* Shift menjadikan jemaah dapat menimba ilmu pengetahuan keagamaan dengan efisien.

Referensi

- Abdurrahman, M. S. (2020). Generasi Muda , Agama Islam , dan Media Baru : Perilaku Keagamaan Gerakan Shift Pemuda Hijrah Bandung. *Jurnal Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 20(1), 46–63.
- Ahmad, A. (2014). Dinamika Komunikasi Islami di Media Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(April), 44–58. Retrieved from <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/308/262>
- Arinal. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi* (Cet.ke-1). Jakarta: Bumi Aksara.
- Arifuddin. (2016). Dakwah Through Internet: Challenges and Opportunities for Islamic. *Ar-Raniry: International Journal of Islamic Studies*, 3(2), 118–129.
- Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia. (2020). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia pada Kuartal ke-II*. Jakarta. Retrieved from <https://apji.or.id/survey>
- Aziz, M. A. (2016). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Bagdikian, B. H. (2004). *The New Media Monopoly: A Completely Revised and Updated Edition With Seven New Chapters* (20th ed). USA: Beacon Press.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Edisi Ke-2). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Data Dokumentasi Youtube Pemuda Hijrah. (2017). Retrieved 12 August 2020, from <https://www.youtube.com/channel/UCVes0G5DqPa3ZHPL4W2OrhA>
- Data Observasi Website Pemuda Hijrah. (2017). Retrieved 1 July 2021, from <https://pemudahijrah.id/>
- Dawson, L. L., & Cowan, D. E. (2004). *Religion Online: Finding Faith on the Internet* (1st editio). London: Routledge.
- Denzin, N. K., & Yvonna S, L. (2009). *Handbook Of Qualitative Research (Terjemahan Dariyatno)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Devi, N. R. (2019). Moslem Missionary Communication of Pemuda Hijrah. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(2), 173–184.
- Fakhruroji, M. (2017). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Farchan, Y. (2020, July). Islam Virtual Milenial Muslim Urban Indonesia. Retrieved 12 September 2020, from <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/288245/islam-virtual-ekspresi-keagamaan-milenial-muslim-urban-indonesia>
- Gary R, B. (2009). *iMuslim: Rewiring the House of Islam* (Islamic Ci). United States: University of North Carolina.
- Hamali, S. (2016). Karakteristik Keberagaman Remaja Dalam Perspektif Psikologi. *Jurnal Al-Adyan: Studi Lintas Agama*, 11(1), 1–18. Retrieved from <http://103.88.229.8/index.php/alAdyan/article/view/1438>
- Hasan, N. (2019). *Ulama dan Negara-Bangsa: Membaca Masa Depan Islam Politik di Indonesia* (Cet.1). Yogyakarta: Pusat Penelitian Islam, Demokrasi, dan Perdamaian (PusPIDeP).
- Helland, C. (2007). Diaspora on the Electronic Frontier: Developing Virtual Connections with Sacred Homelands. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 956–976. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00358.x

- Ilaahi, W., & Andriyani, K. (2010). *Komunikasi Dakwah (Cet-2)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Iqbal, A. M. (2016). Cyber-Religion and the Secularization Thesis. *Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1), 1–28.
- Ishanan, I. (2017). Dakwah di Era Cyberculture: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Komunika*, 9(2), 91–104.
- Jinan, M. (2013). Intervensi New Media dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(2), 311–348. doi:<https://doi.org/10.15642/jki.2013.3.2.%p>
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media*. Retrieved from <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
- Khalida Yusria, & Komariah, K. (2018). Transformasi Identitas Anggota Gerakan Pemuda Hijrah (Studi Fenomenologi Tentang Perubahan Pola Komunikasi dan Citra Diri Anggota Gerakan Pemuda Hijrah). *Jurnal Riset Komunikasi*, 9(1), 34–52. Retrieved from <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom/issue/viewIssue/589/121>
- Khoiruzzaman, W. (2016). Urgensi Dakwah Media Cyber Berbasis Peace Journalism. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(2), 316–334. doi:DOI:<http://dx.doi/10.21580/jid.36i.2.1775>
- Malik, H. (2021). Cyber Religion dan Real Religion di tengah Masyarakat Digital. *Jurnal Komunika*, 4(1), 63–78. doi:<https://doi.org/10.24042/komunika.v4i1.8615>
- Mazaya, V. (2019). Cyberdakwah Sebagai Filter Penyebaran Hoax. *Islamic Communication Journal*, 4(1), 14–25.
- Nawawi, H. (1998). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajahmada Universitas Press.
- Nur, S., & Abdullah, I. bin. (2014). The Implication of Excessive Internet Usage on the Study of Hadith. *Journal of Islam in Asia*, 10(2), 118. doi:10.31436/jia.v10i2.398
- Possamai, A. (2005). *Religion and Popular Culture: A Hyper-Real Testament*. Brussels: P.I.E.-Peter Lang.
- Raco, J. (2010). *Metode Penelltlan Kualltatlf Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Rumadi. (2012). Islam dan Otoritas Keagamaan. *Jurnal Studi Komunikasi*, 20((1)), 25–54.
- Saefullah, A. (2012). Cyberdakwah sebagai Media Alternatif Dakwah. *Jurnal Islamica: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 138–160. doi:<https://doi.org/10.15642.islamica.2012.7.1.138-160>
- Salman, Y. (2015). Dakwah di Internet: Konsep Ideal, Kondisi Objektif dan Prosfeknya. *Jurnal Al-Bayan*, 22(31), 56–70.
- Setiansah, M. (2015). Smartphonisasi Agama: Transformasi Perilaku Beragama Perempuan Urban Di Era Digital. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1–10. doi:10.20885/komunikasi.vol10.iss1.art1
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Cet ke-26)*. Bandung: Alfabeta.
- Taufik, M., & Taufik, A. (2020). Hijrah and Pop Culture: Hijab and Other Muslim Fashions Among Students in Lombok, West Nusa Tenggara. *Teosofia*, 8(2), 97–116. Retrieved from <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/teosofia/article/view/5305>

- Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3(2), 339–356. Retrieved from <http://www.jurnalnu.com/index.php/as/article/view/141>
- Zahara, M. N., Wildan, D., & Komariah, S. (2020). Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial di Era Digital. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 2(1), 52–65. doi:10.52483/ijsted.v2i1.21
- Zaini, A. (2012). Dakwah Melalui Internet. *Jurnal At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 93–108.