



## PENGARUH INSTAGRAM DALAM MENGAJAK GENERASI MUDA BERHIJRAH PADA KOMUNITAS TERANG JAKARTA

Nurul Fadhila

Insitut Ummul Quro Al-Islami Bogor

[nurul.fadhila@iuqibogor.ac.id](mailto:nurul.fadhila@iuqibogor.ac.id)

### ABSTRAK

Karya ilmiah ini merupakan hasil analisis dan studi literatur yang mengulas tentang media sosial dalam bentuk jejaring sosial (Instagram) sebagai wadah yang sangat efektif dijadikan media komunikasi dan informasi untuk mengajak generasi muda kepada kehidupan hijrah yang lebih baik. Penelitian ini memiliki tujuan untuk: pertama, mendeskripsikan karakteristik dan jenis media sosial. Kedua, mendeskripsikan komunitas hijrah Terang Jakarta. Ketiga, peran Instagram dalam mengajak generasi muda berhijrah. Metode penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti melakukan pengumpulan data yang ada sesuai dengan peristiwa yang ada. Kemudian data dianalisis dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data kemudian menarik kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran media sosial terutama instagram sangat besar dalam mengajak generasi muda kepada berhijrah.

**Kata Kunci:** *pengaruh, media sosial, komunitas hijrah, terang jakarta*

### ABSTRACT

*This scientific work is the result of an analysis and study of literature that reviews social media in the form of social networking (Instagram) as a very effective medium for communication and information to invite young people to a better hijrah life. This study aims to: first, describe the characteristics and types of social media. Second, it describes the Terang Jakarta hijrah community. Third, the role of Instagram in inviting the younger generation to emigrate. This research method is a descriptive research with a qualitative approach. Researchers collect existing data in accordance with existing events. Then the data is analyzed by means of data collection, data reduction, data presentation then drawing conclusions or verification. The results of the study show that the role of social media, especially Instagram, is very large in inviting the younger generation to emigrate.*

**Keywords:** *influence, social media, hijrah community, bright Jakarta*

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi sudah melekat kedalam kondisi masyarakat kita dewasa ini. Hal ini membuat masyarakat semakin mudah dalam mengakses dan memiliki kesempatan yang lebih besar dalam menerima berbagai informasi, terlebih lagi salah satu manfaat dari kemajuan teknologi informasi yang mampu membuat keterbatasan ruang dan waktu seakan tiada. Masyarakat kini semakin dimudahkan dengan adanya kemajuan teknologi yang begitu pesat sehingga semakin mudah dan cepat dalam mengakses teknologi terbaru,

60

maka penyebaran informasi juga semakin cepat. karena itu, penting untuk kita mengantisipasi dan mempelajari keadaan masyarakat ini beserta implikasinya terhadap perubahan generasi muda di masa yang akan datang.

Saat ini, terjadi sebuah evolusi pada teknologi media, sebut saja new media atau orang juga sering menyebutnya media baru atau internet, media ini tentunya sudah tidak asing lagi di telinga kita semua. Media ini juga disebut-sebut sebagai media yang sampai saat ini belum ada yang menandingi pertumbuhan jumlah penggunaannya. Di negara maju, media baru berhasil mengalahkan berbagai media yang sebelumnya telah dijadikan sumber data dalam mendapatkan sebuah informasi. Istilah media baru lahir pada akhir abad 20, istilah ini digunakan untuk media jenis baru yang merupakan penggabungan antara media konvensional dengan media internet. Dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan ini media baru diramaikan oleh fenomena munculnya situs jejaring sosial, dimana menyediakan tempat di dunia maya untuk membangun suatu komunitas jejaring pertemanan yang dapat diakses oleh semua orang di seluruh dunia. Media interaktif memungkinkan terjadinya arus informasi timbal balik yang memungkinkan pengguna dapat berpartisipasi dan memodifikasi isi dari informasi pada saat itu juga (real time) (Morissan, 2010:24). Kemampuan interaktif ini juga dimiliki oleh jejaring sosial seperti Instagram, facebook dan media sosial lainnya, hal ini lah yang membuat media baru online lebih cepat dan tepat serta disukai dibanding media tradisional yang hanya bersifat satu arah dalam menyampaikan pesan komunikasinya. Pada media sosial seperti instagram dan facebook mampu memberikan respon secara langsung sehingga tercipta komunikasi antar pribadi.

Kata hijrah berasal dari kata “hajara” -“yahjuru” -“hajran” -“hijranan”. Secara terminologis, hijrah bermakna berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain. Dalam konteks saat ini, hijrah dipandang sebagai sebuah momentum seseorang memperbaiki diri sekaligus melakukan lompatan individu, ke arah yang lebih syar’i. Fenomena hijrah ini (sekalipun tidak menjadikan kata hijrah sebagai arus utama) memang, dalam pandangan Azra, memiliki akar yang kuat sejak 1990-an, dan benar-benar mengkristal setelah era reformasi. Era keterbukaan dan makin akomodatifnya rezim terhadap kalangan Muslim dan simbol Islam turut menyumbang semakin terbukanya gelombang ‘hijrah’ hingga saat ini” (Azyumardi Azra: 2003).

Hijrah adalah salah satu bagian dalam cara seseorang menunjukkan ajaran agamanya. Mereka yang dianggap sudah hijrah tercermin dengan adanya perubahan tingkat keimanan yang muncul dari berubahnya cara berbusana, berdialog, dan aktif di kegiatan social keagamaan, dan kegiatan positif lainnya guna menjalankan syariat agama supaya menggapai ampunan Allah SWT. Fenomena hijrah ini adalah salah satu cara ungkapan kaum generasi muda sejak lama ada, namun kini di tangan milenial, hijrah menjadi sesuatu yang keren, *up to date*, dan memiliki pengaruh dalam sesama generasi muda muslim untuk ikutan berhijrah. Generasi muslim muda saat ini sangat jelas terlihat pada era media baru yaitu internet. Kajian baik ceramah atau diskusi selalu diminati kaum muda baik laki – laki dan perempuan. Hijrah secara bahasa berarti berpindah, digunakan sebagai sebutan untuk menamai sebuah gerakan yang mengajak kaum muslim, khususnya anak muda, untuk "berpindah" menjadi pribadi yang lebih baik dengan cara menambah ketakwaan dalam menjalankan agama. Seperti komunitas hijrah Terang Jakarta, dimana kajian merupakan



sebuah kegiatan yang menyenangkan, diminati, tidak menjemuka karena banyak sekali generasi muda yang mengikuti kajian ini, dengan tetap trendy dan mengikuti kemajuan zaman atau istilah lainnya *gaul*. Fenomena hijrah yang banyak menarik kaum sosialita hingga masyarakat biasa pun ramai terjadi. Hal ini bisa kita lihat dari maraknya kajian – kajian yang diadakan oleh kumpulan muslim tanpa memakai organisasi sekalipun. Ketika ada kajian yang diselenggarakan, tanpa memandang latar belakang apapun, baik ekonomi, sosial, budaya serta kisah hidup terdahulu yang kelam tanpa merasa sungkan mereka bercampur menjadi satu dengan tujuan merubah pandangan akan kehidupan, bahwa dunia ini tidak kekal dan selalu berfluktuasi. Mereka mencari keridhoan Illahi dengan berubah kepada sesuatu yang lebih baik dan menjadi pribadi yang lebih baik juga.

## Media Sosial

Definisi Media Sosial Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai perantara yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ruang lingkungannya. Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content (UGC)* dimana karya yang dihasilkan oleh pengguna media sosial tersebut, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kerjasama, dan saling mengenal dalam bentuk grafis, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing, Collaborating dan Connecting* (Puntoadi, 2011).

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (*cyber*) dikarenakan media sosial merupakan salah satu platform dari media siber. Namun demikian, menurut Nasrullah (2015) media sosial memiliki karakter khusus, yaitu:

1. Jaringan (Network) adalah infrastruktur yang mengkoneksikan antara komputer dengan gawai lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.
2. Informasi (Informations) menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.
3. Arsip (Archive) Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bias diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.
4. Interaksi (Interactivity) Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.



5. Simulasi Sosial (simulation of society) Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (society) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.
6. Konten oleh pengguna (user-generated content) Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

Jenis-jenis Media Sosial Menurut Nasullah (2015) setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:

1. Media Jejaring Sosial (Social networking) Media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bias digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (offline) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh jejaring sosial yang banyak digunakan adalah facebook dan LinkedIn.
2. Jurnal online (blog) Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya. Pada perkembangan selanjutnya, blog banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengguna. Secara mekanis, jenis media sosial ini bias dibagi menjadi dua, yaitu kategori personal homepage, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net dan yang kedua dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti wordpress atau blogspot.
3. Jurnal online sederhana atau microblog (micro-blogging) Tidak berbeda dengan jurnal online (blog), microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas serta atau pendapatnya. Contoh microblogging yang paling banyak digunakan adalah Twitter.
4. Media berbagi (media sharing) Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah: Youtube, Flickr, Photo-bucket, atau snapfish.
5. Penanda sosial (social bookmarking) Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs sosial bookmarking yang populer adalah delicious.com, stumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan untuk di Indonesia ada LintasMe.



6. Media konten bersama atau wiki. Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam prakteknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung, artinya ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung.

Media sosial Media sosial atau sering juga disebut sebagai sosial media adalah platform digital yang memfasilitasi penggunanya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Media sosial juga merupakan sebuah sarana untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara daring yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Sama seperti halnya IG, telegram pun adalah sebuah aplikasi layanan pengirim pesan instan multiplatform berbasis awan yang bersifat gratis dan nirlaba. Para pengguna dapat mengirim pesan dan bertukar foto, video, stiker, audio, dan tipe berkas lainnya. Demikian juga dengan facebook begitu cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang populer ini merupakan nilai tambah bagi Facebook yang lengkap dengan fitur chatting dan status pengguna aktif menjadi fasilitas yang mampu menghidupkan situs jejaring sosial ini, dengan fitur chatting ini pengguna facebook dapat berinteraksi dua arah secara langsung dan fitur pengguna aktif adalah untuk mengetahui teman-teman yang sedang online. Dengan situs jejaring sosial facebook beberapa hal yang tidak mampu dilakukan oleh situs jejaring lainnya Facebook mampu melakukannya karena facebook dibekali dengan fitur-fitur canggih dan lebih aman, mulai berbagai informasi, berbagi foto, berbagai video dan banyak lagi hal-hal menarik lainnya. Bahkan para pengguna yang sedang giat dalam melakukan promosi produk dan jasa atau sedang melakukan kegiatan komunikasi pemasaran facebook menjadi sales yang handal dalam membantu pengenalan produk dan jasa yang ditawarkan (Madcoms, 2010:1) Hal ini dilatarbelakangi oleh banyaknya orang yang mengakses Facebook dan karena jangkauan facebook yang luas dan diakses kapanpun dan dimanapun selain dapat diakses dengan perangkat komputer facebook juga diakses lewat ponsel ataupun tablet, oleh karena itu instagram, facebook dan juga telegram dimanfaatkan sebagai media komunikasi persuasif yang sangat efektif dan efisien. Berdasarkan data dari website Kominfo tahun 2023 menunjukkan jumlah pengguna media sosial di Indonesia adalah 63 juta orang. Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna media sosial sangatlah tinggi. Sehingga ini dapat dijadikan wadah penyebar kebaikan yang memuat banyak manfaat untuk sebuah perubahan generasi muda menjadi lebih baik lagi.

Sebelum menggunakan media sosial ada beberapa etika yang sebaiknya diketahui oleh generasi muda sebagai pengguna aktif media sosial internet. Etika dalam berhubungan dengan memanfaatkan media sosial, biasanya banyak yang cenderung melupakan etika dalam berkomunikasi. Hal ini di buktikan dengan banyaknya kata-kata kasar yang kerap kali muncul pada saat melakukan percakapan melalui jejaring sosial, baik yang sengaja dan tidak sengaja. Alangkah baiknya apabila sedang melakukan komunikasi pada jaringan internet menggunakan Bahasa yang santun dan baik. Hindari penyebaran sesuatu yang





dapat menimbulkan disintegrasi bangsa seperti hal sensitif SARA, pornografi dan kekerasan. Gunakanlah media sosial untuk hal-hal yang berguna dan tidak menimbulkan gesekan antar sesama. Hindari juga mengupload foto kekerasan seperti foto korban kekerasan, foto kecelakaan lalu lintas maupun foto kekerasan lainnya. Selalu melakukan cek dan ricek kebenaran berita, jadilah pengguna media sosial yang kritis saat menerima sebuah informasi.

### **Komunitas Hijrah Terang Jakarta**

Komunitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kelompok organisme (orang dan sebagainya) yang hidup dan saling berinteraksi di dalam daerah tertentu; masyarakat; paguyuban. "Terang Jakarta" (TJ) adalah suatu komunitas generasi muda muslim yang banyak mewaqafkan dirinya untuk melakukan kegiatan keagamaan yang bergerak di bidang dakwah, sosial, budaya, dan ekonomi rakyat. TJ mempunyai kesamaan tujuan untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Mereka ini bersama-sama menuntut ilmu, saling dukung dan mengingatkan kebaikan satu sama lain. Dalam proses perjalanan tersebut, dengan dakwah yang positif dan menjunjung tinggi adab serta akhlak, harapannya komunitas TJ akan mampu untuk membantu dan bermanfaat bagi sesama dan menjadi rahmat bagi semesta.

Fenomena hijrah yang merupakan salah satu ekspresi keberagaman sudah sejak lama ada, namun kini di tangan milenial, hijrah menjadi sesuatu yang cool, kekinian, dan punya daya magnet ampuh dalam memengaruhi para peers (sesama milenial muslim) untuk ikutan berhijrah. Generasi muda saat ini sangat jelas terlihat pada era media baru yaitu internet. Pengajian dan ceramah ustad/ustadzah dipadati kaum milenial baik laki – laki dan perempuan. Hijrah, yang secara bahasa berarti berpindah, digunakan sebagai sebutan untuk menamai sebuah gerakan yang mengajak kaum muslim, khususnya anak muda, untuk "berpindah" menjadi pribadi yang lebih baik dengan cara meningkatkan ketaatan dalam menjalankan syariat agama. Seperti komunitas pengajian di Terang Jakarta, dimana mengaji merupakan sebuah kegiatan yang menarik, disukai, tidak membosankan karena banyak sekali anak muda yang mengikuti kajian ini, dengan tetap bergaya keren dan kekinian.

Jika diamati lebih dalam, gerakan hijrah amat populer di kalangan generasi muda kelas menengah perkotaan. Hal ini terjadi karena memang kampanye hijrah paling masif dilakukan di media sosial, di mana pengguna terbesarnya adalah anak muda kelas menengah perkotaan. Penyebab lainnya, berhijrah itu butuh biaya besar. Perubahan penampilan (khususnya bagi perempuan) misalnya, butuh biaya yang tidak sedikit. Alasan-alasan itulah yang membuat hijrah tidak populer dikalangan bawah. Selain itu budaya ngopi dan nongkrong juga menjadi bagian tradisi generasi muda perkotaan. Nyatanya, fenomena hijrah yang semakin memuncak yakni pada acara HijrahFest 2018 merupakan titik awal bahwa hijrah merupakan budaya populer masa kini, bukan lagi sebatas fenomena biasa melainkan telah menjelma layaknya sebuah 'virus', telah menjangkiti dan menginspirasi berbagai kalangan dari ragam latar belakang pendidikan, profesi, dan varian usia.



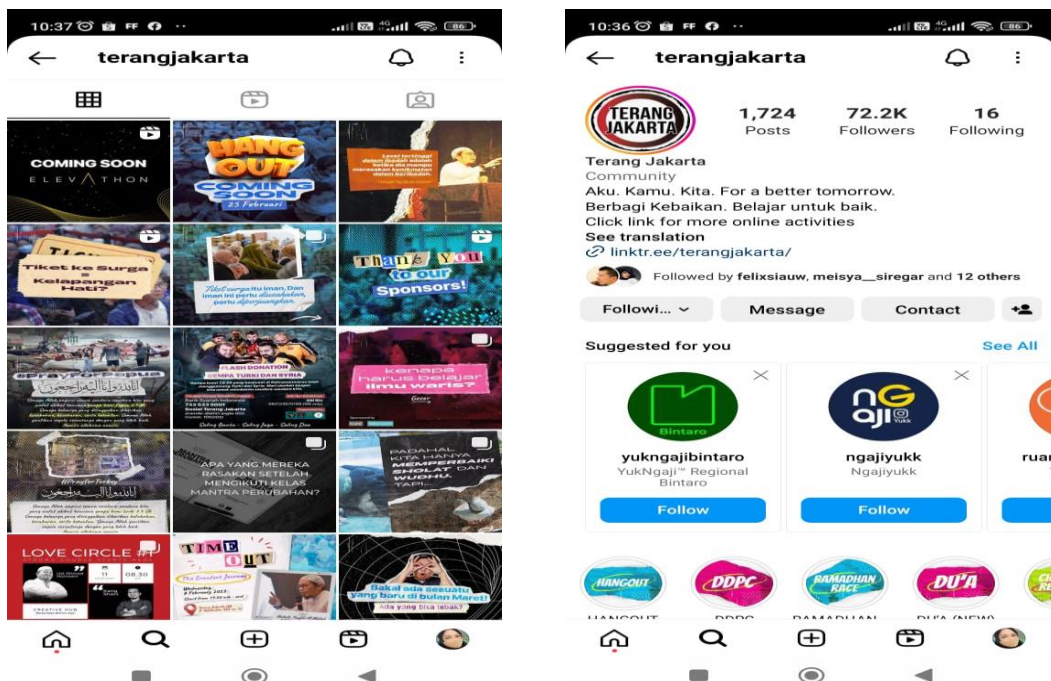
## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti melakukan pengumpulan data yang ada sesuai dengan peristiwa yang ada. Sumber data penelitian ini diperoleh melalui studi literature dan juga observasi lapangan sejak tahun 2019. Kemudian data dianalisis dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data kemudian menarik kesimpulan atau verifikasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik generasi muda era media baru memiliki kebutuhan dan tuntutan terhadap teknologi informasi yang sangat tinggi. Mulai dari bangun tidur hingga sebelum tidur tidak lepas dari akses media sosial. Perkembangan dinamika kemanusiaan menempatkan perkembangan teknologi informasi dalam konteks masyarakat era digital menjadi suatu kenyataan bahkan keharusan.

Media sosial terutama instagram pada komunitas Terang Jakarta sangat banyak pengaruhnya untuk mengajak generasi muda mengikuti kajian hingga akhirnya memutuskan untuk merubah hidupnya menjadi lebih baik lagi guna menggapai ridho illahi.



Instagram Terang Jakarta yang notabene memiliki 72 ribu lebih pengikut dengan 1724 postingan, hal ini menandakan antusias yang besar dari kalangan generasi muda untuk mengakses informasi kajian hijrah hal ini tercermin dari jumlah pengikutnya yang banyak. jumlah ini sebanding dan sesuai dengan kondisi pada saat kajian diadakan. Rata – rata jamaah yang mengikuti kajian usia 20 – 30 tahunan. Juga dengan gencarnya kegiatan – kegiatan yang diadakan oleh TJ hal ini sangat sesuai dengan permasalahan yang biasa terjadi pada generasi muda hingga dewasa muda. Kajian dibuat menarik, gaul dan tetap

66

kental dengan ajaran keagamaan yang mana tujuan utama kajiannya tetap diutamakan dan mengena di hati jamaah. Rata – rata mereka mendapatkan informasi akan komunitas hijrah TJ dari IG.

Hal ini terjadi karena admin instagram TJ selalu membuat tampilan informasi yang menarik pada layar IGnya, juga dengan selalu memajang foto serta kegiatan TJ agar semua pengikut IGnya bisa melihat dengan baik apa saja kegiatan Tj dan keseruan keseruan lainnya dimana mengikuti kajian keagamaan tetapi dengan cara yang sangat menyenangkan dan kekinian.

Kemajuan teknologi, informasi, urbanisasi serta pertumbuhan tingkat ekonomi menjadi mendorong dan memengaruhi cara individu berubah perilakunya. Dibandingkan masa sebelumnya, adanya hal ini membuat muslim berani untuk menunjukkan kegiatan keberagamaannya melalui berbagai cara. Hal senada dinyatakan Ustadz Abu Fida salah satu pembina Terang Jakarta dalam wawancaranya saat peneliti melakukan observasi :

“Kita memang retorika dalam penyampaian, dakwah butuh strategi ada orang – orang yang ketika kajiannya di tempat seperti ini (resto.red) dia ga mau datang, ada. Ada kelompok dari TJ yang ngajinya maunya di mesjid, tapi ada juga kelompok yang maunya ngaji dirumah – rumah, kita jemput bola, kita adakan semua, kita fasilitasi semuanya dengan tujuan agar semua orang ini berilmu, jadi yang awalnya dari rumah – rumah ini pindah, ke resto, atau ke tempat yang lebih besar, tempat ini (eleven trees.red) juga yang punya orang hijrah sahabat saya, dahsyat sekali ceritanya, dari situ kita geser ke mesjid akhirnya mereka mencintai mesjid.” (Ustadz Abu Fida, Pembina Terang Jakarta, 2019)



Pada penelitian di lapangan, beberapa narasumber mengatakan bahwa fenomena terjadi diindikasi oleh banyak hal yaitu dikenal dan diikuti banyak orang. Banyak dari jamaah kajian komunitas yang termasuk usia dewasa, sekitar 20- 30an tetapi remajanya bahkan jarang terlihat. Sebagian besar anggota jamaahnya dewasa muda. Beberapa diantara mereka yang mengikuti kajian komunitas TJ karena pengaruh setelah melihat Instagram salah satu artis penggerak komunitas ini yaitu pasangan suami istri Mario Irwinsyah dan Ratu Anindita (Dita). Selain itu juga ajakan – ajakan dari teman, serta iklan yang muncul di newsfeed Instagram Terang Jakarta. Cara mengajak, mendekati sesama muslim yang belum berhijrah selalu digaungkan semangat berubah menuju kebaikan, tata



cara kajian yang kekinian dapat diterima dengan baik dikalangan muda, membuat komunitas kajian hijrah ini dikenal dan diikuti banyak orang. Kajian merupakan salah satu fenomena baru generasi muda muslim saat ini.



“Kalau untuk kajian sendiri data ada di catatan multimedia atau ada data terukur, berapa banyak yang datang, repeated customer dan juga peningkatan jumlah pengurus juga signifikan sekali hal ini menandakan bahwa jangkauan dakwah kita alhamdulillah meluas, ternyata bukan hanya anak muda saja, orang tua juga sekarang aware dengan TJ dan menginginkan anak – anak mereka juga masuk kesana”. (Ustadz Abu Fida, Pembina Komunitas Terang Jakarta, 2019)

Hal senada juga disampaikan oleh salah satu jamaah yaitu Dara pada wawancaranya:

“Malah saya ngeliat tren hijrah bukan dari TJ, liatnya dari artis – artis hijrah di kajian musawarah, banyak artis hijrah, nah dari situ banyak org mulai menyuarakan hijrahnya mereka, mungkin juga kalo di IG kan feed yg suka dilihat kan muncul tuh, munculah TJ kebetulan saya dapat info dari kakak saya untuk follow IGnya TJ, follow nih banyak info kajian, nah saya follow kebenaran, makanya datang yang disini TJ karena memang ngepostnya seru – seru tuh yang disini, makanya kita ikutin, mulai sekarang tiap Sirah Nabawiyah kita ikutin terus, minggu pertama Kamis tiap bulan”. (Dara, Anggota Terang Jakarta, 2019).

Jumlah jamaah yang kian hari kian bertambah, signifikan pula ini merupakan salah satu dari manfaat besar pengaruh media sosial. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ustadz Abu Fida yaitu :

“2016 baru ada 8 orang sekarang 55.000 orang di 2020an, datanya dari Instagram TJ, dari 8 followers jadi 72.000, di tahun 2023, valid ini. Kalo untuk kajian sendiri data ada di catatan multimedia atau ada data terukur, berapa banyak yang datang, repeated customer dan juga peningkatan jumlah pengurus juga signifikan sekali hal ini menandakan bahwa jangkauan dakwah kita alhamdulillah meluas, ternyata bukan hanya anak muda saja, orang tua juga sekarang aware dengan TJ dan menginginkan anak – anak mereka juga masuk kesana”. (Ustadz Abu Fida, Pembina Komunitas Terang Jakarta, 2019)



Penambahan jumlah jamaah yang signifikan, memberikan arti bahwa jamaah senang, nyaman dan juga mempersuasi / mengajak kepada teman, saudara serta kerabat lainnya. Jumlah yang massive juga menjadi tanda bahwa budaya hijrah mulai banyak diadopsi dan diikuti oleh khalayak umum terutama generasi muda. Komunitas TJ memiliki banyak sekali kegiatan - kegiatan yang dilakukan guna memperbaiki dan menjaga keistiqomahan dalam berhijrah. Seperti yang diutarakan oleh Ustadz Abi Makki pada wawancaranya dengan peneliti.



Kajian komunitas hijrah ini juga penuh kebersamaan, ukhuwah dan semangat persatuan sebagai muslim. Hal ini terlihat dari banyak acara yang melibatkan ajakan untuk kita sesama muslim mengajak teman - teman kita lainnya yang mungkin belum ada keinginan untuk berhijrah. Jadi sebagai muslim ada tanggung jawab sosial untuk saudara

kita lainnya, bahwa keingn bersahabat sedunia sesurga tu menjadi tujuan kita muslim secara umum dan khusus bagi jamaah kajian TJ.

Selain itu banyak hal kegiatan positif yang diadakan juga oleh komunitas ini. Seperti ajakan berdonasi bagi saudara kita yang berkebutuhan khusus. Jadi selain sebagai sarana dakwah, informasi dan juga silaturahmi, IG TJ juga menjadi wadah berdonasi untuk membantu saudara muslim lainnya.

## **SIMPULAN**

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang banyak digemari generasi muda saat ini berperan sangat penting dalam memberikan informasi, mengajak serta menumbuhkan keinginan generasi muda komunitas hijrah Terang Jakarta (atau TJ) untuk menuju kepada kehidupan yang lebih baik lagi sesuai ajaran agama Islam yang baik dan benar. Terang Jakarta banyak memfasilitasi acara pengajian Islami yang dikemas dengan sangat baik, menarik, seru dan mengikuti zaman. Dengan menggunakan metode ini maka kegiatan belajar agama seperti pengajian menjadi lebih dinikmati oleh anggota komunitas TJ. Hubungan antara sesama muslim yang dilakukan oleh komunitas TJ membuktikan bahwa kegiatan beragama tetap dapat dilakukan dengan cara yang sesuai dengan zaman tanpa merubah esensinya. Hijrah yang selama ini menjadi fenomena masyarakat banyak karena publik figur banyak yang melakukan ini dan diadopsi oleh komunitas TJ. Hal ini juga megaskan bahwa kegiatan ini semua bisa terwujud karena peran media terutama instagram yang luar biasa menjadi saluran informasi baik dari sesama pengurus, anggota dan jamaah komunitas TJ. [ ]

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad Setiadi. Jurnal Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi, AMIK BSI Karawang
- Azra, Azyumardi. Pergolakan Politik Islam; Dari Fundamentalisme, Modernisme hingga Posmodernisme. cet. I. Jakarta: Paramadina. 1996
- Azra, Azyumardi. Demokrasi, Hak Asasi Manusia dan Masyarakat Madani. Jakarta: Tim ICCE UIN. 2003
- Fahrurrozi. Ekspresi Keberagamaan Masyarakat Islam Indonesia: Mozaik Multikulturalisme Indonesia. Komunika, volume 7, No. 1. 2015 Fakhruroji, Moch. Dakwah di Era Media Baru. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2017
- Morisson. 2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Ramdina Perkasa.
- Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Hermansah, Tantan. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan. Bid'ah Hasanah dalam Pembangunan Ekonomi Kreatif di Industri Fashion Bandung. Vol. 3, No. 2. 2019

