

TEKNIK REFRAMING UNTUK MENANGANI FENOMENA HIJRAH MILENIAL

Agustin Mega Purnamawati¹ Sekar Ayu Aryani²

¹ UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

² UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Jl. Laksda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

e-mail: Agustinmegap1@gmail.com

Naskah Masuk: 16-10-2022, direvisi: 14-12-2022, diterima: 18-12-2022, dipublikasi: 26-12-2022

ABSTRAK

Fenomena hijrah dikalangan masyarakat, artis ataupun mahasiswa (generasi milenial) saat ini mereka tidak mengaitkan peran perubahan dalam berhijab dalam agama dengan baik, mereka hanya mengikuti trend fashion yang saat ini sedang membumi. Perilaku yang selalu mengikuti trend fashion, cenderung menimbulkan pola konsumsi yang berlebihan. Berdasarkan hasil penelitian di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung bahwa jawaban satu dengan yang lain adalah hampir serupa, dimana mereka membeli hijab demi tampil trendy, membeli hijab berdasar pertimbangan harga bukan berdasar atas dasar manfaat, membeli hijab karena kebiasaan setiap bulan, membeli hijab karena modis dan menarik, membeli hijab untuk koleksi, membeli hijab dengan menghutang, Tentu hal tersebut tidak sesuai atau bertentangan dengan Syariah Islam, seharusnya generasi milenial menerapkan prinsip kesederhanaan dalam berhijrah, dimana pengeluaran harus dikontrol, dan berhijrah seharusnya dimulai dari hati, bukan hanya berhijrah dengan membeli hijab sebanyak-banyaknya karena mengikuti trend fashion, karena dalam prinsip moralitas sudah ditegaskan bahwa, seseorang konsumen muslim akan selalu terikat hubungannya dengan sang pemberi nikmat, yaitu Allah SWT.

Kata Kunci: Konversi Agama, Fenomena Hijrah, Milenial

ABSTRACT

The phenomenon of hijrah among the public, artists or students (millennial generation) currently does not relate well to the role of change in the hijab in religion, they only follow fashion trends that are currently down to earth. Behavior that always follows fashion trends tends to lead to excessive consumption patterns. Based on the results of research at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung that the answers to one another are almost the same, where they buy hijabs to appear trendy, buy hijabs based on price considerations not based on benefits, buy hijabs out of habit every month, buy hijabs because they are fashionable and attractive, buying hijabs for collections, buying hijabs with debt. Of course this is not in accordance with or contrary to Islamic Sharia, the millennial generation should apply the principle of simplicity in migrating, where expenses must be controlled, and migrating should start from the heart, not just emigrating by buying a hijab as much as possible because they follow fashion trends, because in the principle of morality it has been emphasized that a Muslim consumer will always be bound by his relationship with the giver of favors, namely Allah SWT.

Keywords: Religious Conversion, Hijrah Phenomenon, Millennials

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan, manusia tidak akan mampu menuaikan kewajiban ruhiyah dan Maliyah tanpa terpenuhinya kebutuhan primer. Kebutuhan yang dimiliki manusia sangat beragam. Pada umumnya kebutuhan satu terpenuhi maka akan timbul kebutuhan yang lain, pembelanjaan kebutuhan makanan, pakaian, barang-barang dan lain-lain tersebut dimaknai konsumsi (Sa'ad, 2007).

Menurut Hidayat tujuan konsumsi dalam Islam adalah untuk mewujudkan masalah duniawi dan ukhrawi. Masalah duniawi yaitu terpenuhinya kebutuhan dasar manusia seperti makanan, minuman, pakaian, perumahan dan kesehatan. Kemaslahatan akhirat yaitu terlaksanakannya kewajiban agama seperti shalat dan haji. Artinya makan dan minum adalah supaya bias beribadah kepada Allah SWT (Shopia, 2014).

Islam telah mengajarkan pola konsumsi yang moderat, dimana tidak berlebihan dan melarang terjadinya perbuatan mubadzir. Perilaku konsumsi dalam perspektif Islam mengajarkan tentang cara berkonsumsi yang benar sesuai ajaran Al-Qur'an dan Hadist sehingga mampu memberikan petunjuk yang terarah terhadap konsumsi. Konsumsi dilakukan oleh semua masyarakat dari berbagai tingkatan yang memiliki karakteristik sendiri-sendiri.

Generasi milenial merupakan generasi yang lahir antara tahun 1980 sampai tahun 2000 (Lisma, 2012). Berhubungan dengan perilaku konsumsi, Bacuta mengatakan ciri milenial yang utama adalah consumer. Hal tersebut berhubungan dengan nilai gaya hidup, sikap terhadap media, dan Pendidikan milenial yang kemudian semua aspek tersebut mempengaruhi keputusan pembelian juga perilaku konsumsi generasi milenial.

Perkembangan IPTEK berupa media sosial banyak memberikan dampak pada kehidupan sosial serta gaya hidup bagi generasi milenial. Selalu tampil trendy dan eksis, baik dalam dunia nyata maupun dalam media sosial. Hal tersebut salah satu bentuk perubahan tingkah laku yang terjadi akibat perkembangan iptek. Generasi milenial identik dengan perilaku konsumtif, terutama dengan kemajuan teknologi dan perkembangan bisnis saat ini sangat memudahkan generasi milenial dalam melampiaskan sifat hedonismenya. Generasi milenial juga memiliki potensi yang sangat besar dalam industri konsumsi. Menurut Badan Pusat Statistik, 35% dari 254,9 juta jiwa penduduk Indonesia merupakan generasi milenial usia produktif, sehingga banyak industri yang mulai memusatkan perhatiannya pada generasi milenial, termasuk industri fashion.

Melihat fenomena fashion hijab yang sedang marak di Indonesia, hijab kini telah dibaurkan dengan konsep fashion dan mengikuti perkembangan dunia. Ketika berbaur dengan fashion maka kebutuhan berhijab bukan lagi sekedar perpaduan dari pakaian longgar dan berkerudung, namun segala artefak fashion seperti aksesoris, perhiasan, tas sepatu harus serasi dengan hijab yang dipakai. Hijab yang dijadikan sebuah praktik fashion itulah yang kemudian menggiring wanita muslim pada lingkaran konsumtivisme. Hijab yang awalnya dari sebuah kewajiban yang diatur oleh agama dan seharusnya jauh dari pengaruh duniawi, kini cenderung menjadi objek fashion yang membuat penggunaannya terkesan materialistis.



Berangkat dari paparan diatas mengenai beberapa fenomena tentang hijrah pada kaum milenial, maka dalam artikel ini penulis akan banyak membahas mengenai Aksi Konsumsi Generasi Milenial Dalam Trend Fashion Hijab.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan tujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta serta sifat-sifat populasi atau objek tertentu yang menggambarkan peristiwa atau masalah yang sedang berlangsung atau yang terjadi dimasa sekarang. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah mahasiswa. Teknik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia kata konversi diartikan sebagai perubahan dari suatu sistem pengetahuan ke sistem yang lain (Tim Penyusun Diknas RI, 2001). Menurut Jalaludin, Konversi dari segi etimologis berasal dari kata "*conversio*" yang berarti taubat, indah, pindah, dan berubah (agama). Kemudian kata tersebut dipakai dalam bahasa Inggris "*Conversion*" yang mengandung pengertian berubah dari suatu keadaan atau dari suatu agama lain. Jalaluddin memberikan pengertian konversi agama merupakan perubahan yang terjadi pada diri seseorang yang dipengaruhi oleh kondisi kejiwaan, sehingga perubahan tersebut dapat terjadi secara berproses atau mendadak.

Menurut Max Heirich konversi agama adalah suatu tindakan dimana seseorang atau sekelompok orang masuk atau berpindah ke suatu sistem kepercayaan atau perilaku yang berlawanan dengan kepercayaan sebelumnya (Hidayat, 2016). Starbuck E.D membagi konversi agama menjadi dua tipe, yaitu (Ramayulis, 2010):

Tipe Valitonal (Perubahan bertahap)

Konversi agama tipe ini terjadi secara berproses sedikit demi sedikit, sebagai proses perjuangan batin yang ingin menjauhkan diri dari dosa karena ingin mendatangkan suatu kebenaran. Pada tipe ini proses perubahan tidak terjadi secara cepat, melainkan dengan kebiasaan rohaniah maka seseorang berangsur mengalami perubahan.

Tipe Self-Surender (Perubahan drastis)

Konversi agama ini terjadi secara mendadak. Seseorang tanpa melalui proses tertentu tiba-tiba berubah pendiriannya terhadap suatu agama yang dianutnya. Perubahan inipun dapat terjadi dari kondisi yang tidak taat menjadi lebih taat, dari tidak percaya pada suatu agama menjadi percaya. Williams James mengakui adanya pengaruh petunjuk dari Tuhan terhadap seseorang, karena gejala konversi terjadi dengan sendirinya. Pada tipe ini terjadi perubahan secara langsung dan mendadak, perubahan tersebut didorong oleh Ilham Tuhan.

Dari beberapa pendapat diatas mengenai konversi agama maka, dapat disimpulkan bahwa konversi agama merupakan perubahan cara pandang dan keyakinan seseorang terhadap kepercayaan dan agama yang dianutnya, perubahan tersebut dipengaruhi oleh kondisi psikis seseorang berupa pembebasan diri dari tekanan batin, sehingga perubahan bisa terjadi secara mendadak ataupun berproses. Bisa dikatakan pula hidayah dari Tuhan.

Cons-Iedu: Islamic Guidance and Counseling Journal



[Creative Commons Attribution 4.0 International License.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Pada dasarnya banyak faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berpindah agama yang dianutnya ke agama yang lain. Secara garis besar faktor tersebut dapat dibagi menjadi dua yaitu:

Faktor internal

Faktor yang terdapat dari diri seseorang yang menyebabkan ia berpindah agama. Dalam hal ini Jalaluddin mengatakan faktor internal yang ikut mempengaruhi konversi agama adalah:

1. Dalam penelitian dari James yang dikutip oleh Jalaludin mengatakan kepribadian, secara psikologis tipe kepribadian tertentu akan dapat mempengaruhi kehidupan jiwa seseorang. Seseorang yang memiliki kerentanan perasaan dapat dengan mudah terjadinya konversi agama pada dirinya. Dapat kita pahami bahwa seseorang yang memiliki keyaninan kurang kuat, maka dengan mudahnya terjadi konversi agama dalam dirinya.
2. Faktor pembawaan mempunyai pengaruh terhadap terjadinya konversi agama pada diri seseorang. Menurut hasil penelitian Guy E. Swansean sebagaimana disimpulkan oleh Jalaluddin bahwa adanya semacam kecenderungan urutan kelahiran sangat mempengaruhi terjadinya konversi agama pada diri seseorang, dimana anak sulung dan anak bungsu tidak mengalami tekanan batin, sedangkan anak-anak yang dilahirkan pada keduanya sering mengalami stres kejiwaan. Dari pernyataan diatas dapat kita simpulkan bahwa anak yang terlahir ditengah-tengah antara bungsu dan sulung cenderung memiliki kondisi jiwa yang mudah terombang-ambing sehingga mudah sekali akan terjadinya konversi agama dalam dirinya.

Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang terdapat pada luar diri seseorang yang menyebabkan ia berpindah agama. Jalaluddin mengatakan ada 5 faktor, antara lain:

1. Keluarga, faktor keluarga ini bisa jadi disebabkan oleh keretakan keluarga, ketidakserasian, berlainan agama dalam satu keluarga itu sendiri, kesepian, tidak mendapatkan pengakuan dari kaum kerabat dan sebagainya. Kondisi demikian membuat seseorang mengalami tekanan batin, sehingga sering terjadi konversi agama.
2. Lingkungan, faktor lingkungan atau tempat tinggal juga menyebabkan terjadinya konversi agama. Karena orang yang merasa terlempar atau tersingklir dari lingkungan, sehingga merada dirinya hidup sebatang kara. Kondisi demikian menyebabkan seseorang akan mendambakan ketenangan.
3. Perubahan status, perubahan status terutama yang terjadi secara mendadak akan banyak mempengaruhi terjadinya konversi agama. Misalnya perceraian, jatuh pailit, perubahan pekerjaan.
4. Kemiskinan, masyarakat awam yang miskin cenderung memeluk agama yang dianggap dapat menjanjikan kehidupan dunia yang lebih baik. Faktor kemiskinan sangat besar pengaruhnya terhadap terjadinya konversi agama pada diri seseorang untuk berpindah kepada kepercayaan lain apabila kebutuhan pokok tidak tercukupi.



5. Pendidikan, suasana pendidikan dapat mempengaruhi konversi agama. Dengan berdirinya sekolah-sekolah yang bernaung di bawah yayasan agama, tentunya mempunyai tujuan keagamaan (Hidayat, 2016).

Hijrah Milenil (Mencakup Fenomena dan Perspektif Konversi Agama)

Kata hijrah dalam kamus al-Munawir diambil dari kata *Hajara-Yahjuru-Hajran* yang berarti memutuskan hubungan dan meninggalkan. Hijrah berarti berpindah dari suatu tempat ke tempat lain. Sedangkan menurut istilah adalah keberangkatan Nabi untuk berdakwah dari kota Mekah ke Madinah. Menurut Ar-Raghib Al-Asfahani hijrah adalah seseorang yang meninggalkan hal-hal baik secara fisik, perkataan maupun hati. Hakikat hijrah adalah meninggalkan hal-hal yang dibenci Allah. Menurut Ibnu Arabi hijrah dimaknai dengan meninggalkan baik secara perbuatan maupun perkataan (Hidayat, 2016). Menurut M. Quraish Shibab hijrah bertumpu pada makna meninggalkan, yaitu meninggalkan atas dasar karena ketidaksenangan (kebencian) terhadap perilaku masyarakat yang melampaui batas nilai moral sebagai manusia.

Sedangkan pengertian milenial merupakan Generasi yang lahir pada rentang tahun 1980-2000. Generasi ini paling moving forward kearah teknologi seperti gadget dan media sosia, cenderung melek teknologi, dan lebih inovatif (Mix Marcom, 2018).

Dapat disimpulkan bahwa hijrah milenial adalah perubahan perilaku individu dari titik minus agama ke titik agama yang lebih baik atau perpindahan baik secara fisik maupun nonfisik yang dilakukan oleh seseorang yang lahir pada rentang waktu tahun 1980-2000, yang mana generasi ini memiliki semangat yang menggebu-gebu untuk mengexplore suatu hal dan berani mencoba hal baru.

Fenomena hijrah saat ini sudah menjangkiti berbagai kalangan masyarakat. Fenomena ini dapat dijelaskan dengan konsep konversi agama dengan menekankan peran agama dalam perubahan yang dialami seseorang atau bisa juga perubahan keagamaan yang dialami seseorang akibat dari berbagai faktor. Perubahan perilaku menunjukkan bahwa manusia adalah makhluk dinamis yang bisa berubah ke ujung kanan atau ke ujung kiri. Model yang dikembangkan menurut Lewis Rambo, menekankan pada konteks peristiwa yang dialami seseorang, baik secara personal maupun sebagai anggota kelompok sebagai titik awal mengapa konversi agama terjadi (Gazi Saloom, 2021).

Dikalangan masyarakat, artis ataupun mahasiswa (generasi milenial) saat ini mereka tidak mengaitkan peran perubahan dalam berhijab dalam agama dengan baik, mereka hanya mengikuti trend fashion yang saat ini sedang membumi. Perilaku yang selalu mengikuti trend fashion, cenderung menimbulkan pola konsumsi yang berlebihan.

Dari penelitian yang peneliti dapatkan dari hasil wawancara dengan informan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung pada bulan April 2022, bahwasannya jawaban satu dengan yang lain adalah hampir serupa, dimana mereka membeli hijab demi tampil trendy, membeli hijab berdasarakan pertimbangan harga bukan berdasar atas dasar manfaat, membeli hijab karena kebiasaan setiap bulan, membeli hijab karena modis dan menarik, membeli hijab untuk koleksi, membeli hijab dengan menghutang.



Tentu hal tersebut tidak sesuai atau bertentangan dengan Syariah Islam, seharusnya generasi milenial menerapkan prinsip kesederhanaan dalam berhijrah, dimana pengeluaran harus dikontrol, dan berhijrah seharusnya dimulai dari hati, bukan hanya berhijrah dengan membeli hijab sebanyak-banyaknya karena mengikuti trend fashion, karena dalam prinsip moralitas sudah ditegaskan bahwa, seseorang konsumen muslim akan selalu terikat hubungannya dengan sang pemberi nikmat, yaitu Allah SWT.

Apabila di simpulkan lebih jauh lagi, bahwa generasi milenial seperti halnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung ini mereka mengikuti trend fashion hijab atau hijabers ini karena mereka memiliki kepentingan yang sama, mereka berkecumbuh di dunia perkuliahan dimana mereka saling bersaing ingin tampil modis dan elegan dipandang.

Selain itu, hijab juga merupakan simbol ekstensi dari sebuah individu ataupun kelompok, dengan demikian fenomena hijrah berhijab ini tidak semata diukur dari varian banyak hijab yang digunakan oleh seseorang, melainkan juga dalam hijab terdapat makna tertentu yang melekat pada siapa yang memakainya.

Analisis Layanan Konseling Dalam Kasus Hijrah Milenial Aksi Konsumsi Generasi Milenial Dalam Trend Fashion Hijab)

Perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk perilaku membeli barang maupun jasa tanpa pertimbangan rasional atau bahkan atas dasar kebutuhan yang biasanya ditandai dengan gaya hidup yang mewah. Seperti pada kasus mahasiswa di tulungagung bahwasannya mereka menggebu untuk membeli hijab demi mengikuti trend, membeli hijab tidak berdasar pada manfaat, membeli hijab karena kebiasaan setiap bulan, membeli hijab karena modis dan menarik, membeli hijab untuk koleksi, membeli hijab dengan menghutang. Sehingga hal tersebut mengakibatkan perpecahan dikelas seperti timbulnya hujatan dan lontaran kebencian karena kalah dalam bersaing kaitannya dengan fashion hijab. Ada beberapa dari mereka yang berasumsi bahwa hijab bisa menjadi pemancing hujatan karena kalah saing (kurang modis) dengan teman yang lain, hal tersebut membuat membuat mereka yang (kurang modis) down dan depresi. Upaya penanganan hal tersebut adalah dengan dukungan dari keluarga ataupun orang terdekat. Dan juga bisa diberikan layanan konseling untuk para korban yang merasa cemas dan depresi.

Reframing adalah teknik yang bertujuan untuk mereorganisir content emosi yang dipikirkannya dan membingkai kembali ke arah pikiran yang rasional, sehingga dapat mengerti berbagai sudut pandang dalam konsep diri/konsep kognitif dalam berbagai situasi (Stephen Palmer, 2010). Reframing merupakan membingkai ulang suatu kejadian dengan merubah sudut pandang, tanpa mengubah kejadiannya itu sendiri. Framing digunakan sebagai alat untuk membingkai kembali masa lalu yang dianggap sebagai penyebab dari keadaan mentalnya saat ini. Reframing sering digunakan sebagai teknik mempengaruhi dalam membantu menolong meyakinkan seseorang untuk melihat beberapa gambaran atau ide dari pandangan yang berbeda.

Menurut Gerald Corey konseling REBT teknik reframing ini menyuguhkan dengan cara baru yang memungkinkan klien untuk mengadopsi perpspektif yang lebih positif. Teknik reframing mengubah sudut pandang konseptual atau emosional terhadap suatu



situasi dan mengubah maknanya dengan meletakkan fakta-fakta yang sama dengan situasinya. Pada saat reframing, konselor menawarkan suatu sudut pandang baru kepada klien dengan harapan klien akan melihat situasinya secara berbeda dan dengan demikian bertindak dengan lebih pas. Bli teknik ini berhasil, konseli bisa melihat masalah yang sebelumnya tidak dapat diatasi sebagai sesuatu yang dapat diatasi (Bradley, 2015).

Tujuan dari teknik ini adalah untuk membantu konseli melihat situasinya dari sudut pandang lain dan dapat bisa terbuka dengan solusi yang lain. Menurut Cormier, fokus dari strategi reframing terletak pada alasan yang salah dan keyakinan serta kesimpulan yang tidak logis. Tujuannya adalah mengubah keyakinan irrasional atau pernyataan diri negatif. Tahap-tahap teknik Reframing sebagai berikut (Ida Agustina dan Kons Dra Retno Lukitaningsih, 2014):

1. Rasional

Rasional digunakan dalam strategi reframing bertujuan untuk meyakinkan konseli bahwa persepsi atau retribusi masalah dapat menyebabkan tekanan emosi. Tujuannya adalah agar konseli mengetahui alasan atau gambaran singkat mengenai strategi reframing dan untuk meyakinkan konseli bahwa cara pandang terhadap suatu masalah dapat menyebabkan tekanan emosi.

2. Identifikasi persepsi

Identifikasi persepsi merupakan suatu tahapan untuk mengidentifikasi persepsi atau pikiran-pikiran yang muncul dalam situasi yang menimbulkan kecemasan, selain itu tahapan Identifikasi persepsi juga bertujuan untuk membantu dalam menghadapi situasi masalah.

3. Menguraikan peran dari fitur-fitur persepsi terpilih untuk dapat memerankan kondisi kecemasan yang telah diidentifikasi. Identifikasi persepsi alternatif.

4. Identifikasi persepsi alternatif bertujuan untuk memilih persepsi alternatif atau sudut pandang baru sebagai pengganti dari persepsi sebelumnya.

5. Modifikasi dan persepsi dalam situasi masalah untuk upaya berlatih dalam mengalihkan persepsi lama (yang menimbulkan situasi tekanan dan kecemasan) ke persepsi baru.

6. Pekerjaan rumah dan tindak lanjut untuk berlatih dalam melakukan perubahan secara cepat dari persepsi lama ke persepsi atau sudut pandang yang baru dan menerapkannya dalam kondisi yang nyata atau sebenarnya.

SIMPULAN

Fenomena hijrah belakangan ini muncul di Indonesia, gerakan keagamaan berkembang dalam wujud gerakan hijrah para generasi milenial yang bertransformasi dengan melakukan perubahan dari aspek keagamaan. Hijrah adalah perubahan perilaku individu dari titik minus agama ke titik agama yang lebih baik atau perpindahan baik secara fisik maupun nonfisik.

Fenomena hijrah saat ini sudah menjangkiti berbagai kalangan masyarakat, artis ataupun generasi milenial. Fenomena ini dapat dijelaskan dengan konsep konversi agama dengan menekankan peran agama dalam perubahan yang dialami seseorang atau bisa juga perubahan keagamaan yang dialami seseorang akibat dari berbagai faktor.

Cons-Iedu: Islamic Guidance and Counseling Journal



[Creative Commons Attribution 4.0 International License.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Akibat dari adanya beberapa fenomena hijrah dikalangan milenial yang hidup konsumtif karena mengikuti trend fashion ini menimbulkan beberapa masalah. Seperti timbulnya hujatan dan lontaran kebencian karena kalah dalam bersaing kaitannya dengan fashion hijab. mengakibatkan banyak juga masyarakat yang berasumsi dengan keyakinan mereka.. Hal ini mengakibatkan mereka menjadi merubah pemikiran bahwa hijab bisa menjadi pemancing hujatan itu terjadi, sehingga membuat mereka down dan depresi. Layanan bimbingan konseling hadir untuk membantu korban membingkai ulang suatu kejadian dengan merubah sudut pandang, tanpa mengubah kejadiannya itu sendiri agar memiliki keyakinan kuat terhadap sesuatu.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bradley. (2015). *40 Teknik yang Harus Diketahui Setiap Konselor*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hidayat, I. (2016). Konversi Agama dan Permasalahannya dalam Kehidupan Modern. *Al-Murshalah*, 2(1), 68.
- Mix Marcom. (2018). *Millennials*. Jakarta: Fantasioius x Loveable.
- Ramayulis, J. (2010). *Pengantar Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Kalam Mulia.
- Sa'ad, S. (2007). *Ekonomi Islam : Ditengah Krisis Ekonomi Global*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Shopia , E. (2014, Oktober 10). Perilaku Komunitas Pengajian Al-Ikhlas Rungkut Surabaya. *1(10)*, 692.
- Stephen Palmer. (2010). *Konseling dan Psikoterapi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tim Penyusun Diknas RI. (2001). *Kamus Umum Bahasa Indonesia* . Jakarta: Balai Pustaka.

Jurnal:

- Gazi Saloom. (2021). Understanding Hijraj and Atonement Among Indonesian Celebrities:The Perspectives of Social Psychology of Religion. (Dialog, Ed.) *44(2)*, 206.
- Ida Agustina dan Kons Dra Retno Lukitaningsih. (2014). Penerapan Strategi Reframing Untuk Mengurangi Perasaan Rendah Diri Siswa Kelas VII-H SMP Negeri 1 Jogorogo Ngawi. *Jurnal BK*, 710-717.
- Lisma , N. d. (2012). Analisis Perilaku Konsumsi Mhasiswa Ditinjau dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus Pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012). *9(1)*, 42.

