

**KONSELING LINTAS AGAMA DAN BUDAYA DALAM FENOMENA HIJRAH DAN PERILAKU BERAGAMA MILENIAL DI MEDIA SOSIAL
(Kajian Pada Fenomena Pamer Kebaikan di Media Sosial)**

Ana Bella Puandina¹, Sekar Ayu Aryani²

^{1,2} Interdisciplinary Islamic Studies, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Co- Author: 21200012071@student.uin-suka.ac.id - 082182567750

Info Artikel

- **Masuk :** 14/03/2023
- **Revisi :** 09/08/2023
- **Diterima :** 10/08/2023

Alamat Jurnal

- <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/AN-NUR/index>



Jurnal Mahasiswa BK
An-Nur : Berbeda,
Bermakna, Mulia
disseminated below
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Abstract : *This research is motivated by the phenomenon of migration which has recently been happening to millennials on social media, which has made changes to the religious behavior of the millennials themselves. Millennials tend to show off their religious activities on social media which should be part of private rather than public affairs. But now, social media has given birth to a new culture where religious behavior is no longer a personal matter between humans and their God, but is also part of the activities that are usually displayed in the media display space, especially social media. The migration trend carried out by millennials brings new changes to religious behavior on social media, someone can easily be called someone who is devoutly religious just by sharing posts about religion, and sharing alms by uploading them on social media. The purpose of this study is to find out that the phenomenon of migration and religious behavior that likes to show off the goodness and piety of millennials on social media is overcome by providing cross-religious and cultural counseling. The research method used is library research or library research with a qualitative type. The results of the study show that cross-religious and cultural counseling is deemed capable of dealing with the trend of showing off kindness and piety on social media.*

Keywords : *Hijrah; Religious Behavior; Social Media*

PENDAHULUAN

Dilihat dari fenomena hijrah akhir-akhir ini menjadi trend baru dalam konteks Islam kontemporer, hijrah dimakani sebagai sebuah langkah baru bagi mereka yang sebelumnya berada dalam posisi jahiliyah (jauh akan agama) kemudian menuju jalan yang lebih baik dengan belajar mengenal agama secara mendalam lewat kajian-kajian dakwah Islami yang saat ini santer di gerakkan oleh kelompok-kelompok mujtahid moderat, seperti kajian dakwah lewat media sosial seperti Youtube, Instagram, Tiktok dan lainnya. Selain itu Hijrah diartikan pula sebagai cara atau bentuk problem solving guna menghadapi kehidupan yang rumit dengan cara-cara Islami (Rohmawati 2020).

Saat ini media sosial menjadi sarana dakwah yang seakan telah di *setting* agar seragam guna mengkampanyekan gerakan hijrah, dimana hijrah saat ini membentuk gerakan baru yang di pelopori oleh anak-anak muda kreatif untuk mengajak kaum milenial berubah menjadi insan yang lebih baik. Melihat kondisi psikologis milenial yang lebih terkesan mengikuti arus perubahan di media sosial, maka dengan adanya gerakan hijrah ini peran milenial cukup mendominasi, karena hijrah yang dikemas di media sosial lebih terlihat gaul dan sesuai peradaban milenial sekarang, jadi tidak sulit mempengaruhi milenial untuk ikut mensosialisasikan hijrah (Adawiyah and Manda 2021).

Disebutkan oleh Possamai "*what is meant by religions today isi no longer what it once was*" Agama saat ini berbeda dengan agama yang kita pahami sebelumnya. Pendapat tersebut setidaknya menjelaskan bahwa telah terjadi transformasi di dalam praktek beragama saat ini. Agama tidak lagi dipahami seperti dahulu. Dalam ajaran tradisional, ritual keagamaan adalah sesuatu yang tidak layak untuk dipertanyakan, untuk dibantah, untuk dijalankan di luar pakem, ataupun untuk dijadikan sebagai konsumsi publik. Agama adalah bagian dari privasi yang tidak layak untuk diungkit ataupun diperbincangkan di ruang publik.

Namun demikian, seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan digital dengan budayanya yang khas, praktek beragama pun mengalami transformasi. Praktek beragama menjadi sangat lentur dan bisa disesuaikan dengan karakter setiap media, termasuk media sosial. Melalui media sosial mereka bisa merepresentasikan identitas religiusnya masing-masing. Bahkan, di sosial media, mereka bisa melakukan ritual keagamaannya secara langsung serta bebas mengunggah hal-hal tentang agama yang dikehendaki hal ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup (Setiansah 2015).

Saat ini trend hijrah di media sosial sudah menjadi acuan pemahamann keagamaan individu hal ini tentu menjadi budaya baru dalam masyarakat. Budaya ada di dalam setiap diri individu sekaligus ada sebagai sebuah konstruk sosial-global. Sedangkan agama merupakan suatu bentuk ikatan hidup yang mengandung pengakuan pada suatu sumber yang berada di luar diri manusia dan yang mempengaruhi perbuatan-perbuatan manusia, sehingga timbul pengakuan akan adanya kewajiban-kewajiban yang diyakini dan harus dilaksanakan. Keberagaman budaya dan agama yang terdapat di dalam kehidupan masyarakat, tentu berimbas seimbang pada pola kehidupan masyarakat yang memberikan perbedaan terhadap keyakinan nilai, cara pandang, sampai kepada pemahaman terhadap aspek-aspek diri yang berpengaruh terhadap tingkah laku (Syafri and Rifa 2017).

Dapat dilihat dari fenomena hijrah dan perilaku beragama milenial di media sosial, tidak sedikit diketahui dengan adanya trend hijrah seseorang ingin mendapatkan pengakuan bahwasannya perilaku beragama yang dilakukan sudah sangat baik daripada orang lain (Riya'), hal ini tentu menjadi pro dan kontra karna pada dasarnya ritual keagamaan yang baik

seharusnya dilakukan secara vertikal antara manusia dengan Tuhannya, tanpa harus mengumbar di sosial media hal ini dapat menimbulkan sikap Riya'. Dari pemaparan pemahaman di atas maka dari itu penulis tertarik untuk mengkaji mengenai Konseling Lintas Agama dan Budaya dalam Fenomena Hijrah dan Perilaku Beragama Milenial di Media Sosial.

METODE

Ditinjau dari jenisnya, penelitian ini bersifat literatur, termasuk pada jenis penelitian pustaka (*library research*) dengan jenis kualitatif. Penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan dengan menghimpun data dari berbagai literatur. Penekanan penelitian kepustakaan adalah ingin menemukan berbagai teori, hukum, dalil, prinsip, pendapat, gagasan dan lain-lain yang dapat dipakai untuk menganalisis dan memecahkan masalah yang diteliti.

Sumber data utama dalam penelitian ini didapatkan dari bahan tertulis yakni seperti buku, artikel ilmiah, serta kajian terdahulu dalam jurnal ilmiah nasional. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis jelaskan dalam bentuk kata-kata atau kalimat. Karena penelitian ini bercorak kajian pustaka (*library research*) maka teknik yang digunakan dalam pengolahan data adalah menganalisis data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data, kemudian mengklasifikasikan dan mengelompokkan data yang sesuai dengan masalah yang sedang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hijrah

Kata “hijrah” jika ditinjau dari sejarah erat kaitannya dengan peristiwa berpindahnya Nabi dan para sahabat dari Makkah ke Madinah karena tekanan yang luar biasa dari kaum Quraish kala itu. Namun dalam tulisan ini makna “hijrah” merupakan istilah populer sejak tahun 2000-an hingga saat ini yang menggambarkan fenomena pertaubatan dan perubahan tingkah laku menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Secara Etimologi, hijrah merupakan berpindahnya seseorang dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan tujuan kebaikan. Dalam Al-Qur'an, hijrah mempunyai makna yang beragam, diantaranya: Hijrah dari hati mencela sesuatu yang benar karena takabur, hijrah adalah berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain untuk mencari keselamatan diri dan mempertahankan aqidah, hijrah berarti mengisolir diri (Fajriani, S, W. dan Sugandi Y, 2019). Sedangkan, hijrah juga memiliki aspek-aspek yaitu: Segala sesuatu yang tidak baik harus dihindarkan, segala sesuatu yang benar harus ditegakkan, dan dijalankan secara konsisten serta tidak keluar dari batasan yang telah ditentukan.

Secara operasional hijrah merupakan upaya meninggalkan segala kesulitan menjadi berbagai kemudahan, yang tidak keluar dari ketentuan yang telah ditetapkan oleh syariat, secara lahiriah maupun batiniah. Makna lain, hijrah sebagai usaha menjauhkan diri dari berbagai bentuk penyimpangan menuju tata aturan yang benar dan konsisten. Secara historis, hijrah merupakan tindakan pragmatis monumental yang bermakna nilai-nilai normatif (Aswadi 2014). Hijrah merupakan gerakan yang dilaksanakan oleh individu maupun kelompok dengan tujuan ke arah yang lebih baik. Kata hijrah tidak asing dalam masyarakat muslim, karena memiliki makna perubahan diri menjadi pribadi yang lebih islami sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam.

Milenial

Milenial juga dikenal dengan generasi Y (Gen-Y). Generasi ini umumnya ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media dan teknologi digital. Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi dalam bukunya *Millennial Nusantara* menyebutkan bahwa generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981 sampai dengan tahun 2000. Generasi milenial memiliki ciri-ciri diantaranya, penggunaan komunikasi, media, dan teknologi digital semakin meningkat dan akrab, kualitas pendidikan yang lebih unggul, kelahiran tahun 1980-2000 akrab dengan sosial media, kreatif, efisien, produktif, dan memiliki kegemaran ingin serba cepat dan dinamis dan pikiran terbuka (luas), kritis, dan berani (Fajriani, S, W. dan Sugandi Y, 2019).

Generasi milenial terus berkembang hari demi hari, sebagaimana data pada Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016 milenial meliputi 40% dari total jumlah penduduk Indonesia dan terus berkembang hingga 50-60%. Dari segi psikologi, milenial identik dengan proses pencarian jati diri serta selalu memiliki rasa penasaran terhadap segala sesuatu yang *booming* saat ini. Milenial juga merupakan golongan yang mudah mengikuti perkembangan teknologi (Adawiyah and Manda 2021).

Perilaku Beragama

Kemajuan sains dan teknologi media digital telah memberikan berbagai kemudahan dan kesejahteraan bagi kehidupan manusia sekaligus merupakan sarana bagi kesempurnaan manusia sebagai hamba Allah SWT dan khalifah-Nya. Allah SWT telah mengaruniakan anugerah kenikmatan kepada manusia yang bersifat saling melengkapi yaitu anugerah agama dan kenikmatan sains teknologi. Kemajuan teknologi modern yang begitu pesat telah memasyarakatkan produk-produk teknologi digital baru seperti telepon genggam, komputer, berbagai jaringan sosial maya yang kesemuanya terkoneksi menggunakan Internet, menawarkan aneka jenis hiburan bagi tiap orang tua, kaum muda, dan juga anak-anak.

Agama dan ilmu pengetahuan teknologi merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Ilmu adalah sumber teknologi yang mampu memberikan kemungkinan munculnya berbagai penemuan rekayasa dan ide. Adapun teknologi adalah terapan atau aplikasi dari ilmu yang dapat ditunjukkan dalam hasil nyata yang lebih canggih dan dapat mendorong manusia untuk berkembang lebih maju lagi. Namun, terlepas dari semua itu, perkembangan teknologi tidak boleh melepaskan diri dari nilai-nilai agama Islam karena agama tanpa ilmu akan pincang, sedangkan ilmu tanpa agama akan buta (Wafi, Ilhami, and Taufiqurohman 2022).

Praktis, cepat, biaya murah, hasil maksimal adalah beberapa logika yang mendasari praktek penggunaan media sosial. Segera setelah media sosial *booming*, tiba-tiba banyak orang yang menjadi tampak lebih religius dari sebelumnya. Untuk menjadi sosok orang yang religius orang tidak perlu lagi mengeluarkan tenaga ekstra, waktu, dan juga biaya yang banyak untuk membeli buku-buku keagamaan, membacanya hingga tuntas, dan kemudian mendiskusikan dan menyebarkanluaskannya dalam forum-forum pengajian. Mereka juga tidak perlu menjadi ustad untuk bisa menyampaikan ajaran agama Islam. Cukup sering-sering browsing, upload foto ketika sedang umrah/ haji di instagram, sering memasang display atau *profile picture* religius, menuliskan kutipan ayat-ayat kitab suci, atau menyebarkan *broadcast* religius, mengabarkan bahwa kita baru menghadiri pengajian, menulis status sesuai sholat tahajud dan sholat dhuha, maka citra religius pun bisa diperoleh.

Proses transformasi agama dan beragama yang digerakkan oleh kehadiran media sosial tidaklah secara serta merta dapat dijustifikasi sebagai sebuah kemunduran atau sesuatu yang negatif. Sosial media hanya menawarkan sebuah alternatif dari praktek beragama yang ada. Beragama melalui sosial media bisa menjadi sekedar bagian dari gaya hidup sebagaimana dikatakan Giddens bahwa setiap orang dalam masyarakat modern pasti dan harus memilih gaya hidup. *“Lifestyle is not only about fancy jobs and conspicuous consumption, though, the term applies to wider choices, behaviors, and to (to greater or lesser degrees) attitudes and beliefs”*. Namun di sisi lain, beragama melalui media sosial juga bisa memberikan alternatif untuk menjalankan praktek beragama yang sebelumnya ada (Setiansah 2015).

Fenomena Hijrah Milenial

Fenomena Hijrah di Kalangan Milenial

Hijrah menjadi tren baru di kalangan anak muda dan para selebriti Indonesia. Beberapa tahun terakhir, gerakan hijrah di Indonesia menjadi fenomena baru yang dikampanyekan lewat media sosial. Instagram, facebook, dan youtube menjadi sarana paling diminati untuk menyalurkan gagasan ini. Tren keagamaan menjadi produk entertainment telah terjadi sejak tahun 1990-an di beberapa negara Barat. Sebuah budaya populer yang menjadikan agama sebagai sebuah tren publik sejatinya bukan lagi suatu kasus yang baru terjadi (Fitri dan Jayanti, 2020).

Berdasarkan hasil bacaan dari berbagai literatur dan penelitian, ditemukan bahwa gerakan hijrah milenial di Indonesia dapat dilihat dari banyaknya kelompok gerakan hijrah baik yang dipelopori oleh artis, *public figure*, maupun mahasiswa dan masyarakat umum yang melakukan hijrah. Diantaranya yaitu :

- a) Kelompok kajian yang didominasi oleh para selebriti yaitu Kajian Muda Sakinah Mawaddah Warahmah (MuSaWaRah). Kemunculan para artis hijrah kemudian menjadi simbol baru dalam pemaknaan hijrah itu sendiri, baik bagi para selebriti lain, dan juga bagi para penggemar mereka. Berdasarkan kepada ilmu psikologi, nama atau simbol tertentu mampu memberikan pengaruh bahkan sugesti kepada seseorang (Fitri dan Jayanti, 2020).
- b) Shift merupakan salah satu gerakan keagamaan hijrah di perkotaan. Shift berdiri sejak tahun 2012 dan di inisiasi oleh Ustad Hanan Attaki. Awalnya, Ustad Hanan Attaki sering mengisi kajian-kajian di masjid dengan cara keliling dari satu masjid ke masjid lainnya. Terbentuknya Shift juga dilatarbelakangi oleh misi masjid Al-Latiif sebagai pusat kajian pemuda belum terealisasi. Masjid tersebut berlokasi dekat dengan kediaman Ustad Hanan Attaki sebagai pendiri (Setia dan Dilawati, 2021).
- c) YukNgaji adalah komunitas yang menghimpun potensi lintas generasi dan profesi untuk berbagi ilmu dan inspirasi kebaikan. Pendiri Ust. Husain Assadi, Felix Siau, Ust. Cahyo Ahmad Irsyad. YukNgaji merupakan sebuah ikhtiar mengoptimalkan manfaat media online sekaligus menggalang perubahan nyata untuk peradaban mulia. YukNgaji mengajak untuk menggali ide-ide, kreativitas, sinergi dan inspirasi kebangkitan setelah berhijrah (Adawiyah dan Manda, 2021).

Realitas hijrah saat ini dimaknai oleh para generasi milenial lebih kepada perubahan sikap, gaya hidup dan tata cara berpakaian yang sesuai syariat Islam. Saat ini generasi milenial berhijrah identik dengan perubahan cara berpakaian, yang dulu memakai jins ketat kini berubah menjadi syar'i dengan kerudung lebar menutupi dada, dan untuk lelaki mengenakan celana di atas mata kaki yang membuat kesan lebih islami. Tak hanya itu, konten yang mereka bagikan

di media sosial pun cenderung berbau islami, seperti ceramah singkat ustad-ustad terkenal. Dan tak hanya itu konten lain berupa kata-kata motivasi untuk memperbaiki diri agar cepat dapat jodoh pun ramai di akun-akun milenial (Meiranti 2019).

Fenomena hijrah yang di pelopori para artis dan *public figure* kebanyakan akan membentuk sebuah otoritas keagamaan baru dan juga munculnya kecenderungan menjadikan hijrah sebagai salah satu alat komodifikasi ekonomi berdasarkan *lifestyle* mereka (Fitri dan Jayanti, 2020). Fenomena hijrah kemudian juga akan memberikan keuntungan dalam berbagai hal salah satunya ekonomi bagi para pengusaha baju muslim yang semakin pesat mengembangkan fashion sesuai warna dan model yang menjadi tren dan banyak diminati oleh kalangan milenial (Fajriani, S, W. dan Sugandi Y, 2019).

Eksistensi Media Sosial di Kalangan Milenial

Media sosial merupakan suatu hal yang sudah menjadi kebutuhan hidup kaum milenial terbukti menurut survei asosiasi penyelenggaraan jasa internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 143,26 juta jiwa pada tahun 2017. Dan jumlah terus bertambah setiap tahunnya, artinya sudah sekitar 262 juta penduduk Indonesia, setidaknya sudah setengahnya dapat mengakses internet yang sudah paling pasti didominasi oleh kaum milenial. Media sosial adalah kelompok aplikasi berbasis internet yang di bangun atas dasar ideologi dan teknologi web, media sosial mampu menghadirkan serta mentranslasikan cara berkomunikasi dengan teknologi (Istiani and Islamy 2020).

Dalam media sosial terdapat beberapa karakteristik; a) Transparansi, keterbukaan informasi karena media sosial ditujukan untuk konsumsi publik, b) Jejaring relasi, hubungan antara pengguna yang layaknya sebuah jaringan yang selalu terhubung dan melakukan interaksi dengan sangat kompleks, c) Multi opini, setiap orang mudah berargumentasi dan berpendapat, d) Multi form, informasi yang disajikan dalam ragam konten yang menarik, e) Kekuatan promosi online, media sosial dapat dipandang sebagai pemunculan peluang-peluang guna mewujudkan sebuah visi dan misi (Watie 2016).

Sudah tidak bisa di elakan lagi bahwa media sosial memberikan dampak atau pengaruh besar terhadap perubahan pola hidup dan perilaku seseorang. Bagi kalangan milenial media sosial sudah menjadi candu yang membuat penggunaannya wajib menggunakan setiap hari bahkan setiap menit (Prasanti and Indriani 2019). Biasanya kalangan milenial menggunakan media sosial untuk membentuk Personal branding, dimana personal branding adalah identitas pribadi seseorang yang mampu menciptakan respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki orang tersebut, untuk tujuan sebagai usaha memberikan perhatian kepada orang lain atas kemampuan, keunikan dan citra diri (Afrilia 2018).

Banyak bentuk personal branding yang diciptakan milenial di media sosial mulai dari menyalurkan hobi menyanyi lalu di post di media sosial seakan memberi sinyal kepada orang banyak bahwa ia pandai bernyanyi atau seorang penyanyi maka dengan sendirinya orang lain menilai seseorang tersebut sebagai penyanyi yang memiliki suara yang bagus. Tidak hanya itu personal branding dalam bentuk hijrah pun dapat di ekspose di media sosial, misalnya seseorang sering post foto-foto yang mengenakan hijab dengan caption-caption agamis maka seolah ia memberikan sinyal kepada orang lain bahwa ia adalah seorang yang sholehah sehingga terbentuk anggapan publik bahwa ia adalah seorang wanita yang sholehah. Kurang lebih begitulah bentuk personal branding yang di ciptakan milenial saat ini.

Dalam hal ini media sosial memiliki pengaruh yang sangat pesat dalam perubahan sikap dan perilaku seseorang, karena media sosial seakan memaksa seseorang untuk terus

memperlihatkan keberadaannya di media sosial. Sehingga tak jarang kaum milenial melakukan berbagai cara agar terlihat sempurna di media sosial.

Motivasi Hijrah yang Dilakukan oleh Generasi Milenial

Motivasi menjadi hal yang penting sebagai alasan banyak orang khususnya generasi milenial yang berhijrah. Setiap orang memiliki motif tersendiri untuk berhijrah. Motivasi adalah sebuah dorongan untuk dapat memberi energi kepada orang lain dalam melakukan suatu kegiatan, kemudian membimbingnya supaya tercapai apa yang menjadi tujuannya. Selain itu motivasi dapat diartikan sebagai suatu dorongan untuk melakukan sesuatu dimana dorongan tersebut menjadi pembangkit untuk mencapai tujuannya (Farhan and Retnawati 2014). Sedangkan menurut (Makmun 2007) motivasi itu terjadi karena ada dorongan dari dalam jiwa dan dipengaruhi pula oleh lingkungan. Dari hal tersebut motivasi terbagi menjadi dua golongan:

- a. Motif primer atau yang sering didengar dengan dorongan yang dibedakan menjadi dua yaitu pertama dorongan fisiologis atau bersumber dari kebutuhan organis dan kedua dorongan umum atau bersumber dari luar yang berupa rangsangan seperti rasa takut, kasih sayang, dorongan untuk melarikan diri, dan lainnya.
- b. Motif sekunder yang lebih berorientasi kepada sesuatu berdasar pengalaman atau bisa juga melalui belajar. Contohnya itu motif sosial dimana individu merasa ingin dihargai, ingin diterima dan sebagainya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Nugraha, Parhan, and Aghnia 2020) berpendapat cara yang dapat meningkatkan motivasi dalam berhijrah diantaranya mengajak dan membaca serta mengamalkan Al-Qur'an serta menambah ilmu dan berkumpul dengan orang-orang saleh dan terus memperbaiki diri lagi. Adapun motivasi hijrah yang dilakukan dapat dikatakan merupakan sebuah dorongan kepada individu agar menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Dengan adanya media sosial tentu dapat membantu para milenial lebih memahami atau bahkan dapat berdakwah tanpa terbatas ruang dan waktu, sehingga seseorang dapat dengan mudah mengaksesnya kapan saja dan dimana saja.

Solusi Konseling Lintas Agama dan Budaya terkait Fenomena Hijrah dan Perilaku Beragama di Media Sosial (Riya')

Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat sudah tidak bisa dibendung lagi. Setiap jam, setiap menit bahkan setiap detik, manusia dapat mengakses informasi dan peristiwa yang terjadi di seluruh belahan dunia secara cepat dan murah. Perkembangan teknologi informasi seperti saat ini tentu menciptakan ruang tersendiri bagi penggunanya. Manusia dapat berinteraksi dengan pengguna lain di seluruh penjuru dunia tanpa harus berhadapan secara langsung. Disamping manusia dapat berinteraksi secara langsung, sudah menjadi maklum bahwa saat ini banyak pengguna media sosial yang berfoto saat sedang beribadah lalu diposting. Tak hanya itu, tak jarang banyak juga orang yang memajang di akun media sosial miliknya ketika ia sedang bersedekah, bahkan memposting foto depan sejadah saat melaksanakan sholat. Fenomena ini marak terjadi dan bahkan mungkin sadar tidak sadar, kita juga pernah melakukannya. Banyak orang yang membully dan mempertanyakan ketika saudaranya, temannya, tetangganya atau bahkan orang yang ia kenal di dunia saja, yang memajang foto-foto atau video kebaikan dan ibadah yang sedang mereka kerjakan. Foto depan Kakbah, foto di Arafah, foto di Masjid atau foto sedang memberikan sedekah kepada

orang lain. Bilang sok pamer, sombong, riya'. Apa tidak takut pahalanya hilang karena riya'. Untuk apa pamer kebaikan. Tujuannya apa? Apa kalau tidak diposting Allah tidak mengetahui. Kebaikan itu harus dirahasiakan tidak usah dipamerkan. Riya' itu syirik khofi loh? Apa tidak takut terjerumus dalam kesyirikan. Dan masih banyak lagi, sebetulnya hanya Allah SWT lah yang mengetahui isi hati hambanya. Apapun niat seseorang di dalam hatinya hanya iya dan Allah SWT yang maha mengetahui.

Banyaknya fenomena trend hijrah para milenial di media sosial mengakibatkan banyak juga masyarakat yang berasumsi dengan keyakinan mereka. Masyarakat tidak segan mengikuti tren hijrah di media sosial namun berbanding terbalik dengan kehidupan sehari-hari yang dijalani. Beberapa orang didapati mengikuti trend hijrah hanya agar mendapatkan pengakuan sebagai orang yang taat beragama di media sosial. Teknik konseling yang dapat digunakan dalam menanggapi masalah yang terjadi dalam hijrah milenial seperti hijrah dan perilaku beragama di media sosial yang niatnya untuk pamer keilmuan adalah dengan layanan konseling lintas agama dan budaya. Konseling lintas budaya dan agama perlu adanya pemahaman yang luas tentang budaya dan agama, yang dimiliki oleh konselor dalam menangani konseli yang berbeda baik berkenaan dengan agama dan budaya. Konselor harus lebih peka dan menyadari bahwasannya kehidupan ini didasari oleh banyaknya nilai-nilai yang berlaku secara umum dan khusus. Beberapa tindakan dalam konseling lintas agama dan budaya yaitu, 1) konseling dapat membuat konselor peka terhadap masalah lingkungan yang mempengaruhi perkembangan manusia. 2) profesi konselor mengharuskan konselor memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk berkomunikasi tentang perlunya perubahan dan tindakan kolaboratif.

Melihat Fenomena yang terjadi terkait trend hijrah dan perilaku beragama milenial yang seolah-olah mempertunjukkan kesalihannya di media sosial perlunya bimbingan konseling keagamaan yang dilakukan. Dapat dipahami bahwa secara kodrati manusia memang membutuhkan bantuan kejiwaan termasuk konseling agama untuk mengembalikan fitrah "suci" manusia, dan secara konsepsional harus ada orang yang menekuni bidang itu agar layanan konseling agama ini dapat diberikan secara professional dan berdasarkan kode etik "lisensi" yang berlaku, sebagai perwujudan dari rasa tanggung jawabnya sebagai khalifah Allah. Bimbingan dan konseling agama harus memperhatikan norma-norma sosial Islam, misalnya tentang kesucian perkawinan, kehormatan wanita dan tanggung jawab individu dalam bermasyarakat. Hal tersebut berdasarkan syariah yang dalam Islam memiliki makna sangat utuh dan komprehensif. Utuh artinya menyangkut seluruh aspek kehidupan dan komprehensif adalah memiliki makna yang sangat berharga dalam kehidupan manusia. Sehingga Islam hadir untuk membawa kebenaran dan kejelasan aturan dalam membentuk individu dan masyarakat yang harmonis berdampingan dengan sesama manusia dan tunduk patuh dalam ketaqwaan.

Hal ini tentu merupakan cara yang efektif untuk menangani trend hijrah saat ini dan program ini akan dilakukan oleh orang yang ahli dan profesional sesuai bidangnya. Peserta di kegiatan ini adalah kaum milenial yang niatnya ingin pamer perilaku beragama yang baik. Program ini dilakukan dengan cara konselor memberikan pemahaman mendalam mengenai kepercayaan, budaya dan keyakinan masing-masing individu, memberikan saran untuk mendekatkan diri kepada tuhan dan peserta konseling diberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai sikap toleransi. Belajar agama yang benar, menyeluruh dan tidak setengah-setengah akan menguatkan aqidah seseorang sehingga terhindar pemahaman akan hijrah yang salah. Fungsi Konseling Agama adalah untuk mendekatkan manusia pada fitrahnya yang positif dan membantu mereka agar tidak *over dosis* atau salah jalan dalam memenuhi dorongan

syahwatnya sehingga dorongan itu tersalur secara benar dan bahkan mendorong manusia mencapai kemajuan yang positif. Sedangkan secara teknis, praktek konseling Agama dapat menggunakan instrumen yang dibuat oleh bimbingan dan konseling modern, tetapi secara filosofis, konseling agama harus berdiri di atas prinsip-prinsip ajaran Islam.

Kondisi mental yang tenang dan tenteram dapat digambarkan dalam empat bentuk, yaitu: (1) adanya kemampuan individu dalam menghadapi perubahan dan persoalan zaman. Misalnya, ketika terkena musibah maka akan diserahkan dan diekembalikan kepada Allah, bersikap “sahaja” dalam menghadapi sesuatu (kadang-kadang sesuatu yang dibenci memiliki nilai baik dan yang disenangi memiliki nilai buruk). (2) kemampuan individu dalam bersabar menghadapi persoalan-persoalan hidup yang berat. Misalnya: cobaan akan ketakutan dan kemiskinan. (3) kemampuan individu untuk optimis dan menganggap baik dalam menempuh kehidupan, sebab setiap ada kesulitan pasti akan datang kemudahan. Sedangkan kondisi kesehatan mental yang lainnya yaitu: memadahi beraktivitas, menerima keberadaan diri dan orang lain, menjaga dan memelihara diri, kemampuan bertanggung jawab, mampu berkorban dan menebus kesalahan, mampu menjalin interaksi sosial dilandasi saling percaya dan saling mengisi, keinginan yang realistis, dan adanya rasa puas-gembira-bahagia dalam menikmati nikmat yang diperoleh. (4) Kemampuan individu untuk selalu bersikap rendah hati, apapun yang dilakukan semata-mata hanya untuk mendapatkan ridho Allah SWT. Sehingga dengan pendekatan konseling agama maka semua permasalahan hidup dan kehidupan manusia modern dapat diselesaikan secara komprehensif dan kembali kepada fitrah manusia serta mampu melaksanakan dua tugas manusia sebagai *Abdullah* dan *khalifatullah* (Pesantren, Sumenep, and Timur, n.d.).

PENUTUP

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. Hal ini tentu merupakan hal yang baik namun pada prakteknya gerakan hijrah yang dilakukan di media sosial mempengaruhi perilaku beragama seseorang yang mana seseorang tanpa disadari memamerkan kegiatan beribadah dan bersedekah yang dilakukan secara terang terangan di media sosial yang cenderung ke arah Riya' hal ini tentu menjadi pro dan kontra. Solusi yang ditawarkan dalam permasalahan ini dengan adanya konseling lintas agama dan budaya dengan berbagai spesifikasi dan keistimewaannya dipandang mampu untuk menanggulangi persoalan fenomena hijrah dan perilaku beragama milenial di media sosial yang cenderung dilakukan untuk maksud tertentu.

REFERENSI

- Adawiyah, Rabiah, and Darman Manda. 2021. “Praktik Pelaksanaan Dakwah Islam Di Komunitas Hijrah Yuk Ngaji Makassar.” *Alliri: Journal of Anthtropolgy* 3 (2).
- Afrilia, Ascharisa Mettasatya. 2018. “Personal Branding Remaja Di Era Digital.” *Mediator: Jurnal Komunikasi* 11 (1): 20–30. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>.
- Aswadi, Aswadi. 2014. “Refomulasi Epistemologi Hijrah Dalam Dakwah.” *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman* 5 (2): 339. <https://doi.org/10.15642/islamica.2011.5.2.339-353>.
- Fajriani, S, W. & Sugandi Y, S. 2019. “Hijrah Islami Milenial Berdasarkan Paradigma Berorientasi Identitas.” *SOSIOGLOBAL : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi* 3 (5): 77–88.

Dipublikasikan Oleh :

UPT Publikasi dan Pengelolaan Jurnal

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin

- Farhan, Muhamad, and Heri Retnawati. 2014. "Keefektifan Pbl Dan Ibl Ditinjau Dari Prestasi Belajar, Kemampuan Representasi Matematis, Dan Motivasi Belajar." *Jurnal Riset Pendidikan Matematika* 1 (2): 227. <https://doi.org/10.21831/jrpm.v1i2.2678>.
- Fitri, Rahmi Nur, and Indah Rama Jayanti. 2020. "Fenomena Seleb Hijrah: Tendensi Eksklusivisme Dan Kemunculan Kelompok Sosial Baru." *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 3 (01): 1–17. <https://doi.org/10.37680/muharrik.v3i01.222>.
- Istiani, Nurul, and Athoillah Islamy. 2020. "Fikih Media Sosial Di Indonesia." *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Perbankan Islam* 5 (2): 202–25. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>.
- Makmun, A.S. 2007. *Psikologi Kependidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Meiranti, Mike. 2019. "Fenomena Hijrah Di Era Milenial Dalam Media Sosial." *Ath Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 3 (2): 148. https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v3i2.1350.
- Nugraha, Risoris Hari, Muhamad Parhan, and Aghnia Aghnia. 2020. "Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital." *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 3 (02): 175–94. <https://doi.org/10.37680/muharrik.v3i02.398>.
- Pesantren, Pondok, Al-amien Prenduan Sumenep, and Jawa Timur. n.d. "Bimbingan Konseling Agama Untuk Masyarakat Modern" 6 (2): 227–52.
- Prasanti, Ditha, and Sri Seti Indriani. 2019. "Konstruksi Makna Hijrah Bagi Anggota Komunitas Let'S Hijrah Dalam Media Sosial Line." *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian* 14 (1): 106. <https://doi.org/10.31332/ai.v14i1.1253>.
- Rohmawati, Heni. 2020. "Fenomena Dakwah Dan Hijrah Dikalangan Muslim Muda Milenial Surabaya." *Tesis*, 6. digilib.uinsby.ac.id.
- Setia, Paelani, and Rika Dilawati. 2021. "Tren Baru Islam Melalui Gerakan Hijrah: Studi Kasus Shift Pemuda Hijrah." *Khazanah Theologia* 3 (3): 131–46. <https://doi.org/10.15575/kt.v3i3.12708>.
- Setiansah, Mite. 2015. "Smartphonisasi Agama: Transformasi Perilaku Beragama Perempuan Urban Di Era Digital." *Jurnal Komunikasi* 10 (1): 1–10. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss1.art1>.
- Syafri, Fatrida Anugrah, and Muhamad Rifa'i Subhi Rifa. 2017. "Pemantapan Psychological Self Concept Peserta Dan Agama." *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research* 1: 24–30.
- Wafi, M. Baihaqi Fadhilil, Nuzula Ilhami, and Taufiqurohman Taufiqurohman. 2022. "Transformasi Perilaku Beragama Masyarakat Muslim Kontemporer: Fenomena Al-Qur'an Di Era Digital." *IN RIGHT: Jurnal Agama Dan Hak Azazi Manusia* 11 (1): 39. <https://doi.org/10.14421/inright.v11i1.2503>.
- Watie, Errika Dwi Setya. 2016. "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)." *Jurnal The Messenger* 3 (2): 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>.