

SELEBRITAS DAN TRANSFORMASI KEAGAMAAN: CITRAGANDA ARTIS PEREMPUAN MUSLIM

Neneng Irwanti

Mahasiswa Program Magister S2 Sejarah dan Kebudayaan
Islam Fakultas Adab dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta.

Nenengirwanti9053@gmail.com

Abstrak

Transformasi merupakan perubahan, pada dewasa ini sering menjadi citraganda dalam selebritas khususnya pada perempuan muslimah. Transformasi keagamaan sering di artikan proses perubahan agama yang tidak sesuai syariat agama menjadi yang sesuai dengan syariat agama, yang di lakukan pada sebritis. Pada penelitian ini peneliti memiliki tujuan, untuk mengetahui bagaimana gaya hidup selebritis perempuan muslimah yang menjadi rujukan masyarakat yang sedang melakukan transformasi keagamaan, dan citraganda yang dimiliki oleh artis perempuan muslimah yang sedang berhijrah, karena dalam proses ini para selebriti tidak kehilangan popularitas dan proses hijrahnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni kualitatif dengan melakukan observasi, terhadap para selebriti yang sedang melakukan proses hijrah dan menjadi rujukan masyarakat. Selain itu peneliti juga menggunakan analisis dokumentasi yang di bagikan selebritis dalam media sosia, dan trasnsformasi keagamaan yang dilakukan selebritis dapat menjadikan rujukan bagi masyarakat.

Kata kunci: Selebritas, Trasnformasi, Keagamaan

Abstract

Transformation is a change, in this day and age it is often a celebrity in celebrities especially in Muslim women. Religious transformation is often interpreted as a process of religious change that is not in accordance with religious law to be in accordance with religious law, which is carried out on sebritis. In this study, researchers have a goal, to find out how the

lifestyle of celebrity Muslim women who become a reference for people who are doing religious transformation, and the image that is owned by Muslim women artists who are emigrating, because in this process celebrities do not lose popularity and the hijrah process. The method used in this research is qualitative by observing celebrities who are doing a migratory process and become a community reference. In addition, researchers also used documentation analysis that celebrities share on social media. Religious transformation carried out by celebrities can be a reference for the community.

Keywords: *Celebrity, Transformation, Citraganda*

A. Pendahuluan

Transformasi berasal dari bahasa Inggris *transform* yang berarti mengendalikan suatu bentuk ke bentuk yang lain.¹ Hal tersebut dalam kehidupan muslim, transformasi dapat saja terjadi. Terutama pada pemahaman agama yang dapat diaplikasikan pada kehidupan sosial dalam melakukan proses hijrah. Sifat keyakinan kagamaan dengan seiringnya berkembang zaman dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat.

Kesadaran beragama mulai terlihat dan menjadi salah satu jawaban positif dan kreatif terhadap tantangan modernitas. Kesadaran dalam beragama ini juga mengandung dimensi positif terutama untuk menemukan kembali nilai-nilai Islam sebagai sistem yang meliputi segala hal, yaitu keyakinan dan program kehidupan. Ajaran Islam tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sosial. Masyarakat muslim juga dikenal dapat menerima prinsip-prinsip perbedaan yang menimbulkan munculnya berbagai mazhab dan aliran, karena pada dasarnya agama Islam memiliki banyak penafsiran. Hal ini menjadi kekuatan yang dapat memotivasi secara terus menerus dan mentransformasikan masyarakat dengan bersifat praktis dan kritis.²

Dewasa ini seiring berkembangnya zaman fashion muslimah dan teknologi internet, membuka kesempatan untuk mengubah dan menunjukkan identitasnya melalui

¹ Polak, Mayor *Sosiologi*, (Ikhtiar Baru Jakarta, 1985), 385

² Ernita Dewi, *Transformasi Sosial dan Nilai Agama*, Fakultas Ushuluddin IAIN Ar-Raniry, Jurnal Substantia, Vol. 14, No.1 April 2012, 117

pakaian dan jilbab yang dipakainya. Sejalan dengan upaya pembangunan hubungan dengan dunia virtual yang semakin digeluti. Dengan lahirnya berbagai design pakaian muslim, menyebabkan identitas sebagai seorang muslimah mulai bermunculan dan beragam, sehingga dapat dikatakan bahwa identitas seorang muslim kita tidaklah sendiri.

Berkaitan dengan hijrahnya beberapa selebritas muslimah yang dijadikan *figure* sentral perempuan yang ideal, hal ini yang menjadikan selebritas muslimah yang sedang melakukan proses hijrahnya menjadi rujukan masyarakat untuk mengubah penampilan dan sistem keagamaannya. Fenomena ini relevan dengan teori yang dipaparkan oleh John W. Creswell yang menjelaskan tentang fenomenologi dalam sebuah perubahan sosial, fenomenologi merupakan strategi dimana di dalamnya peneliti mengidentifikasi hakikat pengalaman manusia tentang suatu fenomena tertentu. Bahwa memahami pengalaman-pengalaman hidup manusia menjadikan filsafat fenomenologi sebagai suatu metode penelitian yang prosedurnya mengajurkan peneliti mengkaji beberapa subyek yang berkaitan langsung dengan dan relatif lama didalamnya untuk mengembangkan pola-pola dan relasi-relasi makna.³

Berdasarkan teori tersebut maka untuk memahami objek digunakan metode yang juga dijelaskan oleh John W. Creswell dengan metode kualitatif. Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan dan prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan dan menganalisa data. Data yang dimaksud dalam metode penelitian ini adalah melihat alur perjalanan selebritas muslimah melalui dokumen yang di publikasikan dalam media sosialnya. Kemudian menganalisa data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema yang umum dan mentafsirkan makna data. Berdasarkan asumsi dan pendapat diatas, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Karena lebih cocok untuk menggali informasi dan membahas permasalahan ataupun hal-hal yang

³ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, Terj. Achmad Fawaid (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 20-21

berkaitan dengan penggunaan media sosial pada selebritas muslimah. Dalam pengumpulan data dapat menggunakan dokumentasi media sosial.⁴

B. Dakwah di Sosial Media Dewasa Ini

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Media sosial adalah sebuah media online, dengan cara para penggunanya mudah berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan isi. Meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial salah satu media online yang mendukung interaksi sosial dengan menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.⁵

Media sosial juga kini menjadi sarana atau aktivitas digital marketing, seperti sosial media *maintenance*, sosial media *endorsement*, dan sosial media *activation*, oleh karena itu sosial media kini menjadi salah satu servis yang ditawarkan oleh *digital agency*. Media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, *microblogging*, wiki, *podcast*, foto dan gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (*self-disclosure*) jenis-jenis media sosial menurut Kaplan dan Haenlein yakni: 1. proyek kolaborasi 2. Blog dan *Microblog* 3. Konten 4. Situs jejaring sosial 5. *Virtual game world* 6. *Virtual Social world*.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain facebook, Myspace, twitter, instagram, whatsapp, dan youtube. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial mengajak

⁴ *Ibid*, hlm,30

⁵ Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia, hlm,142

siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Kemajuan media sosial tersebut diikuti juga dengan perkembangannya yang cepat di Indonesia hingga tahun 2019 total pengguna mencapai 150 juta pengguna, hal ini menunjukkan mayoritas internet untuk bersosialisasi melalui media sosial. Jumlah pengguna sosial saat ini mencapai 56% dari total jumlah penduduk Indonesia, dengan pengguna berbasis mobilyenya mencapai 130 juta. Saat ini media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia yakni Youtube tidak heran jika sekarang banyak orang yang ngevlog (memvidiokan) serangkaian kegiatannya setiap hari. Di tinjau dari sisi Gender dan umur, terlihat pengguna media sosial paling banyak dari usia 18-34 tahun dari pria maupun wanita. Ini masa-masa usia sangat produktif.⁶

Semangat remaja muslim Indonesia mempelajari dan "*mengaji*" ilmu agama di media sosial menampakkan gejala dengan kecenderungan meningkat bersama dengan perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini, asumsi ini didasari dengan data survey dan penelitian meningkatnya pengguna internet. Karena mayoritas penduduk muslim Indonesia yang diduga pengguna terbesarnya adalah para remaja. Menurut manager komunikasi Tetra Park Indonesia, Gabrielle Angriani, pengguna internet di Indonesia didominasi oleh generasi millennial dan generasi Z-generasi yang lahir di era digital.⁷ Pada era reformasi dimana internet telah mengubah wajah dunia. Tanpa disadari telah merubah semua tatanan kehidupan sosial kemasyarakatan termasuk dalam kehidupan beragama. Dengan kata lain, pembelajaran agama menjadi mudah dan praktis. Untuk membaca al-quran dan mengetahui agama tidak harus mendatangi ustadz atau ulama. Tapi cukup berselancar melalui media. Dakwah agama kini menjamur di media sosial dengan jangkauan yang lebih luas.

Pengguna internet yang didominasi kaum muda

⁶ <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>

⁷ Yudhianto, 132 Juta Pengguna Internet Indonesia 40% Penggila Medsos. Diunduh dari <https://inet.detik.com>

menandakan adanya peralihan dari media konvensional ke media masa digital. Pada tahap perkembangannya, internet kini, juga berfungsi sebagai tempat menimba ilmu agama. Maraknya website dan situs-situs keagamaan di internet mempertegas adanya aktivitas “ngaji” ilmu agama di dunia maya yang kemudian secara alamiah membentuk apa yang disebut “*cybercommunity*” yang dimaksud dengan komunitas *cyber*. Tak terkecuali para pencari tuhan atau mereka yang gemar mengaji atau menimba ilmu di internet.⁸

Di Indonesia fenomena *cyberreligion* belum menjadi kajian utama dikalangan akademisi. Bahkan sampai saat ini belum ada data resmi yang menyatakan berapa banyak remaja muslim Indonesia yang mengakses infomena keagamaan di internet. Remaja muslim Indonesia boleh jadi merupakan pengguna internet paling aktif dalam mengakses informasi keagamaan. Dugaan ini terjadi karena adanya kecenderungan remaja muslim yang ramai-ramai “ngaji” di internet, merupakan fenomena baru disebut dengan *cyberreligion*, istilah tersebut memiliki pengertian lebih luas dibanding dengan istilah Islam digital atau *Religion online*.⁹

Hal ini memberikan pemahan yang kuat bahwa dominasi lembaga agama, baik individu maupun institusi, mulai tergeser oleh internet. Asumsi ini didasari dengan banyaknya remaja muslim yang menjadi pengguna internet. *Cyberreligion* ini dianggap lebih mudah dan praktis meski tidak menjanjikan pemahaman terhadap kontennya. Dari pemaparan tersebut perkembangan dakwah internet berkontribusi sangat besar dalam memupuk tumbuh suburnya perilaku *cyberreligion*, bahkan kecenderungan “mengaji agama” di dunia maya belakangan ini menjadi trend dikalangan remaja dan anak-anak sekolah.¹⁰

⁸ Rahman, Fazlul, Matinya Sang Dai: Otonomisasi Pesan Pesan Keagamaan di_duni@maya, Lembaga Studi Islam Pogresif (LSIP), 211, hal.3

⁹ Muliati, “Efektivitas Mengikuti Religion Online di Instagram Terhadap Spiritualitas Mahasiswa, Universitas Syiah Kuala.”

¹⁰ Media sosial menjadi sahabat sekaligus tempat bertanya bagi anak muda dalam belajar agama. Umumnya mereka menyukai para ustaz yang digital friendly. Novita Novita Intan Generasi Millennial Belajar Agama Lewat Media Sosial. Diunduh dari <https://www.republika.co.id>

C. Motivasi Hijrah Muda

Hijrah secara bahasa berasal dari bahasa arab yang tersusun dari huruf *ha jim* dan *ra*, dengan dua pokok kandungan makna. *Pertama* hijrah yang berarti putus pada satu sisi dan persambungan pada sisi lain. *Kedua* kata tersebut berarti telaga yang luas dikatakan demikian karena itu telaga merupakan sesuatu yang menghentikan air.¹¹ berdasarkan pengertian diatas pengertian hijrah dapat dikembangkan menjadi tiga katagori yakni 1. Kata hijrah berarti terlepasnya manusia dari yang lain, baik berupa fisik, ucapan maupun perasaan. 2. Hijrah berarti keluar dari perkampungan yang kafir menuju perkampungan yang mukmin. 3. Hijrah berarti meninggalkan akhlak dan nafsu yang tercela maupun meninggalkan dosa dengan segala bentuknya menuju Allah SWT.¹²

Hijrah secara istilah, kata hijrah di artikan dalam rumusan yang berbeda oleh ulama yang satu dengan yang lainnya. Bahwa dalam hijrah mencakup beberapa aspek 1. Segala sesuatu yang harus dihindarkan. 2. Segala sesuatu yang harus ditegakkan. 3. Segala sesuatu yang harus dijalankan secara konsisten dan tidak keluar dari batas-batas yang telah ditentukan. Maka secara operasional hijrah dapat di rumuskan sebagai upaya meninggalkan segala kesulitan menuju kemudahan serta tidak kelar dari ketentuan yang telah ditetapkan oleh syariat, baik secara lahiriyah dan batiniah. Dengan kata lain bahwa hijrah adalah sesuatu usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam menjauhkan diri dari berbagai bentuk penyimpangan menuju peraturan secara benar dan konsisten.¹³

Pemuda merupakan generasi penerus bangsa dan Negara. Tidak terkecuali untuk bangsa Indonesia. Sehingga pemuda merupakan salah satu hal terpenting dan dianggap cukup viral. Bahkan Bung Karno berkata “Beri aku 1.000 orang tua niscaya akan ku cabut Semeru

¹¹ Jurnal, Siswandi, *Reformulasi Epistimologi Hijrah dalam Dakwah*, ISLAMICA, Vol 5, No.2, Maret 2011, 341

¹² Jurnal, Siswandi, *Reformulasi Epistimologi Hijrah dalam Dakwah*, 341

¹³ Jurnal, Siswandi, *Reformulasi Epistimologi Hijrah dalam Dakwah*, 342.

dari akarnya. Beri aku 10 pemuda niscaya akan kuguncangkan dunia”. Dari perkataan bung Karno diatas dapat disimpulkan bahwa pemuda adalah kunci untuk menghadapi dunia. Ditambah dengan semangat pemuda yang begitu bergejolak membuat mereka selalu menghadapi memiliki semangat yang tak pernah padam. Kemudian dalam Negara Indonesia dengan penduduk mayoritas muslim terbesar di dunia membuat pemuda Indonesia terlihat sangat gagah berani dengan memegang teguh aqidah muslim yang menjadi pegangannya.

Hal ini pemuda dan gerakan keagamaan, dalam mahamani Islam melalui wadah *tarbiyah*, *tarbiyah* dalam hal ini merupakan sebuah fasilitas bagi mereka (pemuda) yang ingin berjuang bersama membangun kehidupan Islam di dalam jiwa para pemuda. Masa remaja merupakan masa pencarian identitas termasuk dalam hal keagamaan. Menurut riset kelompok remaja cukup rawan terhadap pengaruh ajaran agama yang dapat mendorong perilaku kekerasan.¹⁴ Namun demikian dimasa ini bukan berarti tidak dapat diupayakan satu sistem pendidikan, setidaknya dalam membangun kesadaran agama (*religiousity awareness*).¹⁵ Agama mungkin dpat melahirkan perilaku radikal seperti yang dilakukan oleh islamisis di Eropa, tapi mungkin bisa diberi alternatif lain yang mengerjakan karakter yang toleran.¹⁶

Pada era globalisasi ini agama sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, karena banyak manfaat dari agama. Manfaat agama secara individual artinya berkaitan dengan totalitas individu baik secara rohani maupun fasik ada tiga aspek yang berkaitan dengan manfaat agama secara individual yakni: 1. Agama yang diimani akan menumbuhkan sikap optimis, 2. Agama

¹⁴ Clara Eggera and Raul Magni-Berton, *The Role of Islamist Ideology in Shaping Muslims Believers' Attitude toward Terrorism : Evidence From Europe*, *STUDIES IN CONFLICT & TERRORISM*, 2019, 1-24

¹⁵ Mansur et.al.. *Implementation of Islamic Education in Promoting Religious Awareness for High School Students in Kendari. ICon-ITSD IOP Publishing IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science* , 2018, 175, 1-7

¹⁶ Baier, D.. *The Influence of Religiosity on Violent Behavior of Adolescents: A Comparison of Christian and Muslim Religiosity. Journal of Interpersonal Violence* , 2013, 29(1).

menjadi pencerahan pikiran, 3. Agama yang diimani akan menimbulkan ketentraman hati. Manfaat agama secara sosial berkaitan relasi-relasi kehidupan di dalam bermasyarakat dengan baik, baik seagama maupun berbeda agama, hidup tampak rukun serta harmonis, saling tolong menolong dalam kebaikan dan bertakwa, berwasiat tentang kebenaran dan kesabaran.¹⁷

Faktor pendukung dan penghambat komunitas gerakan pemuda hijrah menyemangati keagamaan para pemuda. Ada beberapa faktor pendukung diantaranya dakwah melalui sosial media, dakwah jalanan, tema dakwah kekinian, penampilan ustadz menarik anak muda, fasilitas cukup memadai, kinerja anggota baik, pendanaan, semangat jamaah, lokasi strategis, hubungan dengan masyarakat cukup baik, faktor penghambatnya ada beberapa faktor yakni: pengelolaan sumber manusia masih kurang, dana, kurang pemahaman anggota, sulit mencari tempat kajian, sulit mencari tempat parkir, jamaah yang kurang fokus, dan kebijakan.

D. Media Sosial Fenomena Hijrah dan Citraganda

Media masa bekerja untuk menyampaikan informasi. Bagi khalayak, informasi tersebut dapat berbentuk mempertahankan, atau mendefinisikan citra. Menurut Mc.Luhan dalam bukunya Rakhmat. Media masa adalah perwujudan alat indra kita. Dengan media masa, kita memperoleh informasi tentang benda, tempat yang tidak kita alami secara langsung, maupun figure-figur tertentu. Realitas yang ditampilkan media adalah realitas yang sudah diseleksi oleh para jurnalis. Jurnalis adalah orang yang kemudian menampilkan realitas simbol-simbol yang diterimanya pada saat melakukan wawancara.¹⁸

Artis sangat memahami, jika citra diri yang ingin diraih harus melalui proses pembentukan terlebih dahulu. Proses pembentukan itu meliputi kesiapan sebelum melakukan wawancara, dan ketika melakukan wawancara di hadapan wartawan. Citra diri yang

¹⁷ Ghazali A D, *Studi Islam*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya.tahun 2015), 20

¹⁸ Rakhmat, J. *Metode penelitian komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 15

ditangkap oleh wartawan itulah kemudian akan dikembangkan oleh wartawan dalam berita yang dibingkainya melalui media masa. Karena artis memahami bahwa berita mengenai dirinya yang dipublikasikan melalui media masa akan berdampak secara psikologis bagi publik. Maka akibat dari citra diri yang dibingkai oleh wartawan dalam berita yang dimuat di media massa, dampaknya adalah popularitas artis yang meningkat di public. Popularitas ini juga berperan penting dalam karir keartisan. Ada beberapa manfaat popularitas bagi artis yakni: 1. Menambah pemasukan karena bertambahnya tawaran pekerjaan show, 2. Membuka kesempatan untuk bertemu dengan berbagai kalangan masyarakat seperti pengusaha dan atau pejabat public, 3. Membuka peluang usaha lain diluar industry hiburan untuk menambah pemasukan pribadi, 4. Penambahan jumlah *fans* yang signifikan.¹⁹

Dunia yang dibentuk oleh pada selebriti menjadi sebuah realitas semu di dalam alam pikiran masyarakat, namun dalam dunia yang dialami oleh para selebritis sebenarnya hal tersebut merupakan sebuah realitas kompleks yang dihadapi. Berbagai perubahan tersebut dan diantaranya adalah munculnya kesadaran beragama yang dimana proses kesadaran tersebut juga muncul dengan latar belakang yang beragam. Untuk mendekati realitas tersebut sejatinya hanya bisa didapat dilakukan melalui observasi langsung kepada para artis yang mengalami proses hijrah dalam dirinya. Namun secara general dapat diasumsikan jika faktor seperti pengalaman keagamaan seperti haji dan umrah, pencarian identitas, atau kejenuhan pada kemampuan merupakan fenomena yang jamak terjadi dalam motivasi hijrah yang terjadi pada mereka.

Salah satu model tersebut dapat dipahami seperti yang dikemukakan oleh Laudya Chintya Bella bahwa cantik, terkenal, dan berlimpah materi tidak menjadikannya merasakan ketenangan dan kebahagiaan. Di fase lain Bella juga mengalami sebuah titik balik, bahwa kebahagiaan dan ketenangan bisa terasa ketika

¹⁹ Ester Meilany Pattipeilohy, Le Moesiek Revole, *Citra Diri dan Popularitas artis*, Jurnal Kajian Komunikasi, vol.3, No.1, Juni 20015, 29

dirinya menyerahkan diri kepada Allah SWT.²⁰ Pengalaman serupa juga ternyata dialami oleh artis lainnya. Bahkan mereka mengungkapkan ketika kebahagiaan itu hadir tanpa didasari rasa Syukur dan memasrahkan diri kepada Allah mereka tetap merasa hampa dan belum bahagia. Dan Bella juga mengemukakan bahwa bermuhasabahlah dan menyadari bahwa selama ini kekosongan dan kehampaan itu hadir karena belum melaksanakan perintah-perintah Allah, dan menjauhi larangannya.

Pada dewasa ini fenomena hijrah difasilitasi dengan banyaknya komunitas ataupun acara yang dibuat untuk memwadahi individu-individu yang ingin berhijrah dan belajar melaksanakan perintah Allah SWT, namun merasa malu, takut, ataupun merasa sendirian. Dalam psikologi agama tobat, berubah agama, berbalik terhadap, pendirian mengenai ajaran agama ataupun masuk agama dinamakan konversi agama, dimana untuk melakukan konversi agama individu tidak selalu harus berpindah agama, namun dapat juga berubah pandangan dan keyakinan akan agama yang sekarang dianutnya. Dalam psikologi Islam untuk terus berkembang menjadi individu yang lebih baik setiap individu yang lebih baik setiap individu sudah dibekali fitrah, yang merupakan kemampuan dasar sebagai potensi terbesar untuk terus terbina dan berkembang dengan maksimal lewat proses belajar. Dalam kerangka fitrah terdapat komponen psikologis yang saling memperkuat perkembangan yang optimal.

Salah satu pengaruh dari pembentukan identitas dan populisme hijrah tersebut nampak dalam perilaku yang menjurus pada komodifikasi agama. Salah satunya yang terjadi pada Dewi Sandra. Meskipun bukan termasuk dalam golongan artis muda, tetapi namanya sangat terkenal dalam kalangan masyarakat dalam kalangan muda. Hal ini dikarenakan, setelah Dewi Sandra telah resmi memakai hijab. Iapun resmi menjadi bintang iklan produk kosmetik Islami. Produk kosmetik ini mengambil Dewi Sandra sebagai bintang iklan tak lain bahwa ia memakai hijab dan kosmetik yang

²⁰ Seruni Trie Lyea Lestari & Amalia Rahmadani, *Pengalaman Transformasi Diri Individu Yang Hijrah*, Fakultas Psikologi Undip, 1

menjadikannya *brand ambassador* yang identik dengan umat Muslim.

Hal serupa di alami oleh artis yang bernama Peggy Melati Sukma. Tetapi banyak yang berbeda yakni jika sebekum berhijrah Peggy banyak membintangi film dan sinetron. Kini setelah ia hijrah ia berhenti dari dunia perfilman dan sinetron tetapi fokus pada kajian dakwahnya. Dalam dakwahnya ia bercerita tentang bagaimana ia berhijrah dan bagaimana menjadi wanita muslimah yang *kaffah*. Ceita yang penuh inspirasi yang diceritakan oleh Peggy menjadi halan dakwahnya yang diundang ke berbagai pengajian. Hal tersebut memotivasi Peggy dalam menulis buku yang berjudul *Ya Rabbana Aku Ingin Pulang, Kuketuk Langit, dari Kota Judi Menjejak Amerika; Kun Fayakun Menembus Palestina* dan *My Amazing Hijab Journey*. Setelah berdakwah Peggy memperkuat agamanya dengan memperbaiki penampilannya dalam menutupi aurat ia sekarang memakai cadar. Kepuasannya pun diekspos oleh banyak media *entertainment* dan menjadikan orang-orang banyak yang mengikuti jejaknya dan masih banyak lagi para artis yang setelah berhijrah menjadi contoh dan rujukan bagi masyarakat.

E. Kesimpulan

Media sosial menjadi ruang baru dalam realitas zaman yang kita hadapi, ia bukanlah bentuk yang statis atau bahkan sama sekali berbeda dengan masa sebelumnya kini media tidak hanya menjadi otoritas yang sempit namun menjadi ruang yang sangat terbuka bagi siapapun mencitakan dirinya. Citra menjadi hal yang jauh lebih dibutuhkan dari pada materi karena penilaian terhadap materi kini berawal dari citra yang terbentuk dalam masyarakat baik secara alami maupun bentukan.

Fenomena hijrah dalam transformasi keagamaan para artis perempuan di Indonesia merupakan sebuah fenomena riil dimana citra sebagai objek bentukan semakin disadari kepentingannya. Popularitas yang dimiliki oleh artis dalam dunia hiburan sudah barang tentu menjadi hal yang wajar, namun kini agama juga mengisi ruang popularitas tersebut. Hal ini sepatutnya menjadi kesadaran bersama jika agama adalah sesuatu yang berkembang secara dinamis, akomodasi dan

potensinya pada pembentukan citra seorang individu selayaknya disikapi dengan bijak dan realitis termasuk pada kecurigaan akan komodifikasi agama yang kenyataannya tidak selamanya benar berdasarkan pada faktor-faktor pribadi para pelaku hijrah yang patut dipertimbangkan sebagai gejala masyarakat posmoderen dengan bersamaan kehilangan nilai namun secara bersamaan juga membentuk nilai dan identitas baru yang mungkin belum pernah terjadi sebelumnya.

F. Daftar Pustaka

- Baier, D.. The Influence of Religiosity on Violent Behavior of Adolescents: A Comparison of Christian and Muslim Religiosity. *Journal of Interpersonal Violence* , 2013.
- Clara Eggera and Raul Magni-Berton, The Role of Islamist Ideology in Shaping Muslims Believers' Attitude toward Terrorism : Evidence From Europe, *STUDIES IN CONFLICT & TERRORISM*, 2019
- Cahyono, Anang Sugeng. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia.
- Creswell, John W. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, Terj. Achmad Fawaid Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Dewi, Ernita. *Transformasi Sosial dan Nilai Agama*, Fakultas Ushuluddin IAIN Ar-Raniry, *Jurnal Substantia*, Vol. 14, No.1 April 2012.
- Ester Meilany Pattipeilohy, Le Moesiek Revole, *Citra Diri dan Popularitas artis*, *Jurnal Kajian Komunikasi*, vol.3, No.1, Juni 2015.
- Fazlul, Rahman Matinya Sang Dai: Otonomisasi Pesan Pesan Keagamaan di_duni@maya, Lembaga Studi Islam Pogresif (LSIP),211
- Ghazali A D, *Studi Islam*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.tahun 2015.
- Mayor, Polak. *Sosiologi*, Ikhtiar Baru Jakarta, 1985,
- Mansur et.all.. Implementation of Islamic Education in Promoting Religious Awareness for High School Students

in Kendari. *ICon-ITSD IOP Publishing IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*, 2018.

Muliati, “Efektivitas Mengikuti Religion Online di Instagram Terhadap Spiritualitas Mahasiswa, Universitas Syiah Kuala.”

Rakhmat, J. *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001

Siswandi, Refomulasi Epistemologi Hijrah dalam Dakwah, *ISLAMICA*, Vol 5, No.2, Maret 2011

Seruni Trie Lyea Lestari & Amalia Rahmadani, *Pengalaman Transfoemasi Diri Individu Yang Hijarah*, Fakultas Psikologi Undip.

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>

Yudhianto, 132 Juta Pengguna Internet Indonesia 40% Penggila Medsos. Diunduh dari <https://inet.detik.com>

Media sosial menjadi sahabat sekaligus tempat bertanya bagi anak muda dalam belajar agama. Umumnya mereka menyukai para ustaz yang digital friendly. Novita Novita Intan Generasi Millennial Belajar Agama Lewat Media Sosial. Diunduh dari <https://www.republika.co.id>