

JURNAL SOSIOLOGI AGAMA

Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial



DISKURSUS KONTESTASI AGAMA DAN NEGARA

Reposisi Tauhid Sosial dan Nilai-nilai Pancasila (Kajian terhadap QS. al-Kafirun dan al-Ikhlash)

Nuril Fajri

AGAMA DAN POLITIK

Studi Pemikiran Soekarno tentang Relasi Agama dan Negara

Muhammad Soleh Aminullah

POLITIK MODERAT

Studi Pemikiran Muhammad Sa'id Ramadhan Al-Buthi

Muhammad Wahdini

RASIONALITAS PILIHAN HIJRAH

Studi Fenomenologi Pilihan Hijrah Anggota Komunitas Kajian Humaira Surakarta

Nur'aini Inayah, Siany Indria Liestyasari, Sigit Pranawa

JURNAL SOSIOLOGI AGAMA

Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial

Volume 14, Nomor 1, Januari - Juni 2020

Editor in Chief

Moh Soehadha

Univeristas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Managing Editor

M Yaser Arafat

Univeristas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Peer-Reviewers

Amin Abdullah

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Al Makin

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Abdul Mustaqim

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Alimatul Qibtiyah

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Hasan Sazali

Univeristas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

Zuly Qodir

Univeritas Muhammadiyah Yogyakarta

Soni Akhmad Nulhaqim

Universitas Padjajaran, Jawa Barat

Anif Fatma Chawa

Universitas Brawijaya, Malang

Muhammad Najib Azca

Universitas Gajah Mada, Yogyakarta

Jajang A Rohmana

Univeristas Islam Negeri Sunan Gunung Jati, Bandung

Editor

Nurus Sa'adah

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Inayah Rohmaniyah

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Muhammad Alfatih Suryadilaga

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Ahmad Izudin

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Wawan Sobari

Universitas Brawijaya, Malang

Pardamean Daulay

Universitas Terbuka, Surabaya

I Nyoman Ruja

Universitas Negeri Malang

Maulana S Kusumah

Universitas Jember, Jawa Timur

Erda Rindrasih

Utrecht University, Netherland

Fina Itriyati

Universitas Gajah Mada, Yogyakarta

Jurnal Sosiologi Agama

Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial

Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta



DAFTAR ISI

DISKURSUS KONTESTASI AGAMA DAN NEGARA:

**Reposisi Tauhid Sosial dan Nilai-nilai Pancasila
(Kajian terhadap QS. al-Kōfirūn dan al-Ikhlōs)**

Nuril Fajri..... 1-20

POTRET HARMONI ANTAR SISWA-SISWI BERAGAMA DI SMA TIGA MARET YOGYAKARTA

Muhammad Furqon..... 21-34

AGAMA DAN POLITIK:

Studi Pemikiran Soekarno tentang Relasi Agama dan Negara

Muhammad Soleh Aminullah 35-50

POLITIK MODERAT:

Studi Pemikiran Muhammad Sa'id Ramadhan Al-Buthi

Muhammad Wahdini 51-66

UGAMO MALIM DALAM DISKURSUS KEAGAMAAN DI HUTATINGGI KABUPATEN TOBA SAMOSIR

Arafat Iskandar Lamahu..... 67-92

RASIONALITAS PILIHAN HIJRAH:

**Studi Fenomenologi Pilihan Hijrah Anggota Komunitas
Kajian Humaira Surakarta**

Nur'aini Inayah, Siany Indria Liestyasari, Sigit Pranawa..... 93-110

100% KATOLIK 100% INDONESIA:

**Suatu Tinjauan Historis Perkembangan Nasionalisme
Umat Katolik Di Indonesia**

Samudra Eka Cipta 111-124

JIHAD PEREMPUAN DAN TERORISME

Udji Asiyah, Ratna Azis Prasetyo, Sudjak 125-140

RASIONALITAS PILIHAN HIJRAH: Studi Fenomenologi Pilihan Hijrah Anggota Komunitas Kajian Humaira Surakarta

Nur'aini Inayah, Siany Indria Liestyasari, Sigit Pranawa
Universitas Sebelas Maret
nuraini_inayah@student.uns.ac.id



Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengkaji proses hijrah anggota Komunitas Kajian Humaira Surakarta; dan (2) Mengkaji rasionalitas pilihan hijrah pada anggota Komunitas Kajian Humaira Surakarta. Teori yang digunakan ialah teori rasionalitas menurut James C. Coleman yang memandang bahwa setiap individu melakukan suatu tindakan berdasarkan kepentingan yang dimiliki. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Sumber data dalam penelitian ini adalah (1) Data Primer (2) Data Sekunder. Teknik pengambilan informan penelitian yang digunakan adalah teknik *snowball* dan *purposive sampling*. Peneliti mengumpulkan data menggunakan teknik wawancara dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan ialah (1) reduksi data; (2) penyajian data; dan (3) penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, *Pertama* proses hijrah yang terjadi pada anggota komunitas kajian Humaira berbeda-beda dan ciri-ciri hijrah yang dialami setiap anggota sama yaitu sama-sama mengalami satu titik balik berupa permasalahan hidup. *Kedua*, hijrah yang dialami oleh anggota komunitas kajian Humaira merupakan suatu pilihan rasional. Melalui hijrah anggota komunitas kajian Humaira memperoleh maksimalisasi diri berupa keuntungan ekonomi dan juga penerimaan dalam masyarakat. Gerakan hijrah yang terjadi bukan hanya suatu ekspresi emosional, namun disertai pula dengan rasionalitas yang menguntungkan setiap pelaku hijrah.

Kata kunci : rasionalitas, hijrah, kajian humaira

Abstract

The phenomenon of hijrah began to widely spread in various places in Indonesia. The large number of public figures who identify themselves as doing hijrah

makes the hijrah becomes the trends in society. This research aims to examine hijrah process and rationality of choosing hijrah among community members of Humaira. The theory used is the rationality theory of James C. Coleman who views that each individual performs an action based on their interests. The researcher employed a qualitative method with a phenomenology approach. Data sources in this research were (1) Primary Data (2) Secondary Data. The technique of informant collection used snowball technique. The researcher collected data using interview and observation techniques. The current research indicates two conclusions: First, the changes occurred to the members of Humaira community are different and the characteristics of hijrah experienced by each member are the same in which they experience one turning point in the form of life problems. Second, the hijrah process experienced by members of Humaira community is a rational choice. The hijrah movement that occurs is not only an emotional expression, but also accompanied by rationality that benefits the one doing hijrah.

Keywords: rationality, hijrah, humaira community



PENDAHULUAN

Agama sering diartikan sebagai suatu kepercayaan manusia dengan hal-hal di luar kemampuannya atau adanya kekuatan supra natural dalam alam semesta (Moh Soehadha, 2014). Kepercayaan atas hal-hal supra natural ini diwujudkan dalam aturan tentang hubungan antar manusia, tata cara beribadah (ritual) dan ritus-ritus lainnya. Ajaran agama tentang hubungan antar manusia seperti larangan mencuri, larangan menyakiti sesama manusia dan anjuran untuk berbuat baik pada sesama. Meskipun mengatur hubungan antar manusia, sanksi yang diberikan oleh agama mutlak berasal dari Tuhan. Manusia tidak bisa menghukum manusia lain atas pelanggaran agama yang dilakukannya. Selain itu, agama juga mengatur bagaimana cara beribadah terhadap Tuhan dan ritual-ritual yang harus dilakukan oleh umatnya. Ritual peribadatan ini yang akan mendekatkan hubungan manusia dengan Tuhan-nya.

Perkembangan teknologi yang terbilang pesat memberikan kemudahan pada setiap aktivitas manusia termasuk dalam kegiatan agama. Pada era sekarang ini, gerakan-gerakan spiritual (agama) banyak dilakukan melalui sosial media (*online*). Gerakan yang dimaksud bisa berupa dakwah ataupun ceramah dalam agama Islam. Banyak dijumpai akun-akun sosial media yang di dalamnya terdapat konten Islami dan ajakan untuk berhijrah. Sosial media *Instagram* misalnya, banyak beredar *video-video* tentang ceramah dan ajakan berhijrah bagi umat Islam. Konten cerita atau ajakan yang dimuat dalam *video* tersebut biasanya tentang seorang tokoh (artis terkenal, orang kaya sukses) yang awalnya bekerja di dunia hiburan dan kemudian berhijrah menjadi lebih religius.

Cerita lain yang sering dijumpai berkaitan dengan seorang pemuda yang ia putus cinta kemudian menempuh jalan hijrah agar jodohnya cepat datang, atau menemukan jodoh yang ideal sesuai dengan ajaran agama. Selain itu konten yang dimasukkan dalam dakwah melalui sosial media berupa *hadist-hadist* tentang tata perilaku manusia terutama dalam menghadapi masalah hidup. Orang-orang yang sudah menempuh jalan perubahan sesuai dengan ajaran Islam (ajaran yang di-*posting* di media sosial) sering disebut dengan istilah hijrah.

Perilaku hijrah yang sering muncul ditandai dengan perubahan penampilan dan perubahan *postingan* sosial media. Awalnya memasang foto di sosial media, setelah berhijrah kemudian menghapus foto-foto pribadi dan diganti dengan *postingan* tentang kata-kata mutiara atau hadist dalam ajaran Islam. Perilaku lainnya yang terlihat adalah dalam menjalin percintaan. Awalnya pacaran kemudian berhijrah dan menjaga jarak dengan teman lawan jenis. Mereka menjalin hubungan sesuai ajaran Islam yaitu dengan *ta'aruf*. Mereka juga mengubah tokoh idola, yang awalnya meng-idolakan tokoh Korea berubah menjadi tokoh-tokoh Islam. Mengganti lagu-lagu barat dengan lagu-lagu yang bernuansa Islam. Belakangan ini, hijrah diartikan sebagai suatu perubahan tentang gaya hidup dan kebiasaan (Anisa Novita Sari, 2018 : 1-21).

Hal tersebut serupa dengan hasil penelitian pada jurnal Makna Hijrah pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung di Komunitas ('followers') Akun 'LINE @ DakwahIslam' yang di tulis oleh Erik Setiawan, dkk. Pada jurnal itu disebutkan bahwa mahasiswa Fikom Unisba memaknai hijrah sebagai perubahan pada segi fisik, spiritual dan pemikiran. Perubahan fisik kemudian disebut dengan hijrah fisik yang mencerminkan perubahan gaya berpakaian. Mereka merasa ketaatan bertambah ketika sudah mulai berpakaian sesuai syari'at Islam, berperilaku dan berkomunikasi dengan lawan jenis. Kemudian perubahan spiritual pun terjadi pada mahasiswa Fikom Unisba. Mereka yang mengalami perubahan spiritual merasa bertambah taat menjalankan ajaran agama.

Selain kedua perubahan itu, ada satu lagi perubahan yang menyangkut perubahan pemikiran. Mahasiswa yang mengalami perubahan pemikiran disebut hijrah pemikiran dengan indikator beralih dari kehidupan dunia menjadi kehidupan akhirat. Hijrah pemikiran juga ditandai dengan perubahan idola, yang awalnya mengidolakan artis terkenal berubah mengidolakan *ustadz* dan *public figure* Islami (Erik Setiawan, dkk, 2017 : 97-108).

Perilaku Hijrah sudah mulai terlihat di berbagai kota dan mereka mulai membentuk komunitas di setiap kota, termasuk di Surakarta. Banyak komunitas yang awalnya berdakwah melalui sosial media, kemudian membentuk komunitas di masjid tertentu. Komunitas Kajian Humaira misalnya, komunitas ini terbentuk sejak tahun 2014 di Yogyakarta (m.republika.co.id). Berawal dari keinginan untuk meramaikan masjid di sekitar tempat tinggal, kini komunitas ini sudah mulai ada di kota Surakarta tepatnya di masjid Nurul Iman Kalitan, Surakarta. Komunitas Kajian Humaira Surakarta memiliki jadwal kajian-kajian khusus setiap Minggu dengan pemateri

dari tokoh-tokoh terkenal seperti artis yang berhijrah dan *ustadz* nasional.

Semua Anggota Komunitas Kajian Humaira adalah perempuan, hal ini disebabkan pendirinya adalah seorang perempuan. Bentuk dakwah yang dilakukan pun tidak hanya sebatas kajian bersama, namun juga mengadakan aksi sosial bersama dan strategi *parenting* yang dikemas menggunakan tema-tema hijrah yang menarik seperti “Istiqomah di Jaman Fitnah” yang di isi oleh Peggy Melati Sukma serta kajian-kajian fiqih yang bersumber dari buku tulisan *ustadz* penerjemah. Selain itu, sebagai salah satu pelopor gerakan hijrah kajian Humaira juga memiliki akun sosial media baik itu *instagram* maupun *facebook*. Konten atau isi dari sosial media tersebut tidak jauh berbeda dengan akun sosial media komunitas lain. Melalui akun sosial media, admin memberikan informasi tentang jadwal kajian dan *video* tentang kajian yang sudah berlangsung ataupun informasi tentang kegiatan yang telah berlangsung.

Anggota komunitas Humaira banyak yang menerapkan konsep hijrah pada kehidupan mereka, mulai dari cara berpakaian, cara berinteraksi dengan lawan jenis dan cara menghadapi masalah dalam kehidupan. Dari 28 anggota, 10 di antaranya mengalami proses hijrah dengan mengubah pekerjaan menjadi pebisnis. Perubahan pola perilaku yang dilakukan oleh anggota Komunitas Kajian Humaira sama dengan pola hijrah lainnya, yaitu mulai merubah penampilan, *postingan* sosial media dan juga lebih sering datang ke setiap kajian.

Peneliti menggunakan Metodologi Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Melalui metode kualitatif, peneliti mencoba menjelaskan hijrah berdasarkan data verbal yang diperoleh dari teknik wawancara dan observasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 6 orang yang terdiri dari anggota dan *jamaah* kajian Humaira. Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami hijrah dari sudut pandang pelaku. Data primer yang kedua diperoleh melalui pengamatan (observasi). Pengamatan merupakan suatu kegiatan mengamati tingkah laku dan makna yang disampaikan oleh objek penelitian.

Pada penelitian ini, pengamatan yang dilakukan oleh peneliti merupakan pengamatan partisipatoris yaitu peneliti terlibat langsung dalam kegiatan yang dilakukan oleh informan. Pengamatan dilakukan dengan cara mengikuti kajian rutin yang diselenggarakan komunitas kajian Humaira Surakarta. Peneliti mengamati interaksi yang dilakukan oleh pelaku hijrah dengan anggota komunitas lain beserta hal-hal yang dilakukan pada saat kajian berlangsung. Selain itu sebagian besar data yang diperoleh berasal dari hasil pengamatan. Hal ini disebabkan melalui wawancara kurang didapatkan jawaban atas rumusan masalah.

Pendekatan fenomenologi juga mencoba mendeskripsikan pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena (Creswell, 2015 : 105). Peneliti menemukan adanya *Jamaah* yang menilai perubahan dalam hijrah sebagai tolak ukur baik, dibandingkan dengan individu yang tidak melakukan hijrah. Selain itu,

perbedaan dalam segi berpakaian, penampilan dan cara penyelesaian masalah menjadi sebuah perdebatan di antara sesama anggota dan *jamaah*. Sedangkan persamaan dalam pemilihan gaya hidup menciptakan suatu pasar bagi anggota komunitas kajian Humaira.

Mulai muncul komodifikasi agama dalam masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan simbol-simbol keagamaan. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai rasionalitas pilihan hijrah yang dilakukan oleh anggota komunitas kajian Humaira. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana proses hijrah pada anggota Komunitas Kajian Humaira Surakarta?; Bagaimana rasionalitas pilihan hijrah pada anggota Komunitas Kajian Humaira Surakarta.

PROFIL KOMUNITAS KAJIAN HUMAIRA

Penelitian ini dilakukan pada Komunitas Kajian Humaira. Komunitas Kajian Humaira mengadakan kajian rutin di Masjid Nurul Iman Kalitan yang terletak di Jalan Kalitan Penumpang Laweyan, Timuran, Banjarsari, Surakarta. Masjid Nurul Iman Kalitan menjadi salah satu masjid di kota Surakarta yang dijadikan pusat dakwah. Letaknya disebelah timur Astana Dalem Kalitan dan dikelilingi pemukiman warga. Selain itu Masjid Nurul Iman terletak di jalan Kalitan yang merupakan salah satu jalan raya menuju kota Barat (Surakarta Bagian Barat). Di sekitar masjid terdapat warung, rumah makan, dan kafe. Membutuhkan waktu 5 menit kearah selatan untuk menuju Jalan Slamet Riyadi Surakarta.

Komunitas Kajian Humaira berdiri sejak tahun 2014 di Yogyakarta. Sedangkan di Surakarta komunitas ini mulai ada tahun 2015, dengan 5 *founder*. Sebelum komunitas ini terbentuk, ke-5 *founder* mengikuti *taklim* (kajian) yang diadakan oleh komunitas lain baik di Yogyakarta maupun Surakarta. Ketua komunitas kajian Humaira di Surakarta merupakan anggota keluarga dari Humaira yang ada di Yogyakarta. Hal ini pula yang menjadi latar belakang terbentuknya komunitas kajian Humaira di Surakarta. Pada awal terbentuknya kajian ini hanya ada 5 orang anggota, 1 sebagai ketua, 1 sebagai sekretaris dan 3 anggota. Kajian yang diadakan hanya beberapa waktu saja dan belum ada banyak kegiatan sosial. Beberapa bulan setelah kajian digelar di Masjid Nurul Iman Kalitan *jamaah* yang hadir hanya sekitar 20-30 orang. Seiring berjalannya waktu *jamaah* yang hadir pada setiap acara mencapai 500 orang.

Humaira merupakan komunitas kajian yang menggunakan akun sosial media sebagai alat untuk menyebarkan informasi kajian. Akun tersebut berupa *fanspage* FB dan akun *Instagram* (@kajianhumaira). *Fanspage* Humaira digunakan sebagai media menayangkan siaran langsung kajian yang sedang terselenggara. Sedangkan akun *instagram* digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai tema dan jadwal dari setiap kegiatan Humaira. Selain dua akun tersebut Humaira juga memiliki grup *whatsapp* yang anggotanya adalah semua *jamaah* yang rutin datang. Indikator kerutinan ini dilihat dari absensi setiap kajian rutin.

Pada awalnya hanya beberapa *jamaah* yang menjadi anggota grup *whatsapp*. Hingga tahun 2019 sudah ada 2 grup *whatsapp* yang menjadi media penghubung anggota dan *jamaah*. 1 grup *whatsapp* Humaira telah penuh dan kemudian anggota memutuskan untuk kembali membuat grup baru yang kini sudah beranggotakan 256 nomer *whatsapp*. Grup *whatsapp* ini memiliki aturan yang berlakukan untuk setiap anggotanya dan memiliki sanksi dikeluarkan dari grup apabila melanggar aturan grup. Peraturan grup yang diberlakukan bertujuan untuk mengendalikan anggota agar tidak membagi informasi yang berlawanan dengan Humaira. Selain itu, peraturan grup ini dimaksudkan agar anggota tidak terganggu dalam menyimak informasi dari Humaira. Meskipun demikian beberapa kali *jamaah* meminta untuk dimasukkan ke grup *whatsapp*, agar mempermudah dalam mendapatkan informasi kajian.

Komunitas kajian Humaira awalnya hanya mengadakan kajian pada *moment-moment* tertentu. Setelah *jamaah* bertambah banyak, komunitas ini mengadakan beberapa kegiatan yang satu sama lain berkaitan. Baik itu kajian rutin setiap hari Kamis, Kajian Akbar, *Taklim for Kids*, *Taklim for Teens*, dan kegiatan sosial lainnya yang berjumlah 11 kegiatan. Setiap kegiatan Kajian digolongkan menjadi program dakwah, sedangkan sisanya adalah program sosial.

Lebih jelasnya lagi mengenai komunitas kajian Humaira, perlu dijelaskan pula mengenai anggota dan *jamaah*. Sahabat Humaira merupakan sebutan yang digunakan untuk memanggil anggota komunitas Kajian Humaira. Semua anggota Humaira adalah perempuan dan ibu muda, dengan kisaran usia 28 – 43 tahun. Masing-masing berdomisili di wilayah Surakarta dan sekitarnya. Anggota terdiri dari 28 orang yang berlatar belakang sosial-ekonomi sebagai ibu rumah tangga dan pebisnis *online*. Mulai dari bisnis makanan, baju, asesoris, dan bahan bangunan. Pekerjaan awal dari sahabat Humaira beraneka ragam 7 diantaranya adalah dokter, model, perawat, penyiar radio, jurnalis. Mereka melakukan perubahan pekerjaan menjadi pebisnis setelah bergabung dengan kajian Humaira dan mengidentifikasi diri mereka telah berhijrah. Terdapat pula 3 orang sahabat Humaira yang tetap bekerja pada pekerjaan semula yaitu sebagai dokter, dosen dan karyawan di sebuah pusat perbelanjaan di Surakarta. Sisanya yaitu 18 orang adalah ibu rumah tangga yang sekaligus menjalankan suatu bisnis.

Sedangkan *Jamaah* Humaira berasal dari berbagai daerah disekitar Surakarta, baik daerah Klaten, Surakarta, Boyolali, Karanganyar dan Sragen. Hingga tahun 2018 jumlah *jamaah* yang rutin mengikuti kajian berkisar antara 300 hingga 500 orang. Jumlah ini dapat dilihat dari absensi setiap kajian dan juga jumlah anggota grup *Whatsapp* yang berjumlah 2 grup dengan 1 grup penuh dan 1 grup lagi berjumlah 256 orang. Jumlah *jamaah* yang masuk kedalam grup *Whatsapp* belum termasuk *followers* yang mengikuti akun FB dan *instagram*. Berdasarkan hal tersebut, dapat dilihat latar belakang sosial-ekonomi anggota Kajian Humaira beraneka ragam. Meskipun demikian, ketika pengamatan peneliti menemukan banyaknya *jamaa* dari kalangan menengah atas.

PROSES HIJRAH ANGGOTA KOMUNITAS HUMAIRA

Setiap anggota komunitas kajian Humaira yang berhijrah mengalami proses yang berbeda-beda. LS mengalami proses hijrah setelah suaminya meninggal, dan kemudian ia memutuskan untuk berhijrah. Keputusannya dalam berhijrah ini dilakukan dengan cara mulai rajin dalam mendatangi kajian, mengubah gaya berpakaian, dan juga menghindari semua bentuk asuransi keuangan. LS sebelum menjadi anggota tetap di kajian Humaira, ia sudah menjadi *jamaah*. Kemudian, setelah ia diajak bergabung oleh ketua Humaira melalui acara *garage sale* LS resmi tergabung sebagai anggota.

LS merasa setelah menjadi anggota komunitas kajian Humaira ia semakin tahu bagaimana caranya berpakaian yang *syar'i*. Sehingga ia memutuskan untuk mengubah cara berpakaian menjadi lebih tertutup, longgar dan memakai jilbab yang menjulur dari depan hingga belakang. Sebelumnya LS sudah berjilbab, namun dengan model pakaian potongan (atasan-bawahan) dan juga panjang jilbab yang tidak begitu panjang. Sebelumnya LS mengaku tidak mengerti bahwa sistem asuransi itu tidak diperbolehkan dalam hukum jual-beli di dalam Islam. Setelah mengikuti kajian LS memutuskan untuk melepaskan asuransi yang pernah ia ikuti sebelumnya. Menurut LS sudah menjadi kewajiban bagi seseorang yang berhijrah untuk meninggalkan hal-hal yang dilarang dalam norma agama yang diajarkan dalam kajian.

NR mengalami proses hijrah yang berbeda, NR awalnya adalah seorang model. Sejak SD ia menekuni dunia model, hingga setelah lulus kuliah NR masih sibuk di dunia modeling. Tahun 2010 setelah bekerja di percetakan iklan Jakarta NR memutuskan untuk *resign* dan kembali ke Solo. Setelah kembali ke Solo NR mulai mengajar di modeling dan merias. Mulai tahun 2015, NR meninggalkan dunia *modelling* dan memilih untuk membuka usaha roti. Pada tahun tersebut, NR sudah sering mengikuti kajian di berbagai masjid. Berdasarkan internalisasi norma yang ia dapatkan dari kajian NR mengaku menjadi lebih tahu tentang hukum berias di dalam Islam. Sebelum sering mengikuti kajian, NR terbiasa menggunakan pakaian sexy, memasang rambut pasangan, bulu mata, menghilangkan bulu alis dan juga melakukan hal tersebut untuk orang lain. Setelah mengikuti kajian dan berhijrah NR tidak mau lagi merias dan mengajar di dunia *modelling*.

Pada awal tahun 2015 NR mengaku sedang banyak memiliki masalah hidup. Hingga akhirnya ia mencari pelarian yaitu taklim-taklim yang ada di Solo. NR rajin ke masjid dan bertemu dengan komunitas kajian Humaira hingga akhirnya diajak menjadi *volunteer* di setiap *event*. Saat ini dalam menjalankan usaha roti, NR mempromosikannya lewat media sosial baik *instagram* maupun *facebook*. NR selalu meng-*upload* masakan pesanan dengan menggunakan *caption* *hadits* dan sunah untuk memakan makanan halal. NR memiliki *project* sosial berupa sedekah. Ia mengumpulkan donasi dari teman-temannya dan kemudian diwujudkan dalam bentuk makanan yang ia masak sendiri untuk dibagikan pada *dhuafa*. Pada postingannya NR sekaligus

mempromosikan menu-menu yang dapat dipesan oleh *followers*-nya. NR juga memberikan nama pada produknya dengan nama Islami.

AR mengalami proses hijrah yang berbeda, ia awalnya adalah seorang perawat di salah satu rumah sakit swasta. Sejak lulus kuliah AR sudah bekerja menjadi perawat. Kehidupannya penuh dengan kecukupan dan mengarah pada gaya hidup *hedonisme*. Setiap bulan AR berbelanja barang yang tidak mendesak seperti sepatu, tas, dan pakaian. Selain itu, karena rumah sakit tempat dia bekerja adalah yayasan Katolik, maka semua karyawatnya tidak diperbolehkan untuk menggunakan jilbab. Hingga pada tahun 2017 AR mendapatkan tugas mengantar pasien kerumah sakit tempat suaminya bekerja. Di sana semua perawat harus mengenakan jilbab, sedangkan AR menggunakan seragam diatas lutut. Setelah itu, suami AR mendapatkan teguran dari atasannya dan menyarankan AR untuk *resign*.

Sekarang AR memilih untuk berkegiatan menjadi relawan di komunitas kajian Humaira serta menjalankan bisnisnya. AR sedang memulai usaha *Make Up Artist (MUA) syar'i* dengan salah satu anggota komunitas kajian Humaira yaitu AJ. AR dan AJ mulai menjalankan bisnis *Make Up Artist (MUA) syar'i* ini karena menurut mereka belum ada *Make Up Artist (MUA)* yang benar-benar menjalankan aturan berdandan menurut perspektif Islam. Pada media sosial *instagram* dan *facebook* AR dan AJ mencoba mensosialisasikan hukum-hukum (norma) tentang cara berhias bagi seorang perempuan Islam. Yaitu tidak memasang bulu mata, tidak mencukur alis, tidak memasang rambut palsu dan juga hanya merias sesama jenis (perempuan).

Sedangkan AN mengalami hijrah setelah ia jatuh sakit. AN adalah seorang ibu yang anaknya bersekolah di *internasional school*. Suami AN yang merupakan keturunan Inggris menjadi alasan anaknya disekolahkan di *internasional school*. Setiap hari AN mengantar anaknya bersekolah dan juga tergabung dalam lingkungan ibu-ibu yang anaknya bersekolah di *internasional school* pula. AN sering mengikuti arisan, makan di tempat yang mewah dan juga nongkrong di *mall* terdekat dengan lokasi sekolah anaknya. Hingga pada suatu ketika AN merasa tidak nyaman dengan lingkungan tersebut, hingga AN mencari kegiatan lain saat menunggu anaknya. AN berhenti di masjid, yaitu Masjid Kalitan dan pada saat kajian Humaira sedang berlangsung. Beberapa waktu kemudian AN mengalami sakit vertigo dan takut akan kematian ketika dia belum berjilbab. Sejak saat itu yaitu tahun 2017, AN memilih mengisi waktu luangnya untuk mengikuti kajian dan memutuskan berhijrah. Saat ditawarkan untuk mengurus di kajian Humaira AN langsung menjawab mau. Perlahan-lahan AN mulai memindahkan anaknya bersekolah di sekolah Islam dan juga mengubah cara berpakaianya menjadi tertutup serta memilih warna-warna tertentu.

PEMBAHASAN

Rasionalitas Hijrah Anggota Komunitas Kajian Humaira

Peneliti menjumpai adanya motivasi agama pada setiap perilaku yang dilakukan oleh

anggota kajian Humaira. Hal tersebut terlihat dari setiap hasil wawancara. Setiap informan mengatakan bahwa mereka berhijrah setelah rutin mengikuti kajian Humaira. Setelah mengikuti kajian, informan lebih mengetahui tentang norma apa yang diterima dan tidak diterima dalam masyarakat. Norma tersebut kemudian digunakan untuk menjalankan kehidupan sehari-hari termasuk dalam menjalankan bisnis.

Apabila dilihat terdapat motivasi ekonomi yang muncul dari setiap informan. Motivasi ekonomi ini muncul dari setiap perilaku yang dilakukan. Setiap kajian yang berlangsung, selalu ada transaksi jual-beli antara informan dengan anggota lain. LS yang memiliki bisnis *online* di bidang pakaian sering mendapatkan pesanan dari anggota lain dan *jamaah*, baik itu jilbab, gamis ataupun asesoris lainnya. Pada program bazar yang diadakan oleh Humaira, LS juga membuka satu lapak untuk mempromosikan *stock* pakaian muslimnya.

LS mengatakan bahwa ia bergabung dikajian Humaira setelah di ajak oleh ketua komunitas kajian Humaira. LS mengenalnya setelah ia mengikuti program *garage sale* tahun 2018. Pada saat itu LS membuka satu lapak di bazar dan kemudian ia dihubungi untuk diajak *halal bi halal* dengan anggota komunitas kajian Humaira. Setelah acara tersebut LS resmi bergabung dikelompok kajian Humaira. Pada saat itu pula LS memutuskan untuk berhijrah. Setelah berhijrah LS lebih mudah mengakses jaringan konsumen, baik itu dengan cara promosi melalui bazar Humaira maupun dengan promosi di akun sosial media menggunakan *caption* yang lebih Islami. Selain LS anggota lain yang sering membuka *open order* dalam komunitas kajian adalah RN dan AM. RN dan AM mempunyai bisnis makanan dan juga bisnis pakaian *online*. Pada saat kajian mereka selalu membawakan pesanan makanan dan pakaian. Pada akun sosial media, peneliti menjumpai adanya *caption* Islami pada setiap anggota kajian Humaira. *Caption* Islami tersebut berupa penggunaan ayat Al-Qur'an, *Hadits*, dan ucapan dalam bahasa Arab.

NR mengaku merasa lebih tenang dan mengetahui apa yang tidak boleh dilakukan berdasarkan sudut pandang agama setelah memutuskan berhijrah. Dengan mengamalkan norma yang ia ketahui dari *ustadzah* baik itu dalam kehidupan pribadi maupun menjalankan bisnis NR mengaku merasa tenang dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dibandingkan sebelumnya. Bentuk pangamalan norma dilakukan dengan cara meng-*upload hadits* dan ayat yang sesuai dengan bisnis makanannya. Hal ini membuat NR mendapatkan keuntungan dalam bidang ekonomi yaitu semakin banyak pesanan makanan yang datang padanya baik dalam bentuk makanan untuk sedekah maupun makanan untuk acara. Pada hari perayaan umat Islam NR mengaku mendapatkan orderan lebih banyak. Bulan Ramadhan ini, pesanan makanan NR sudah penuh dan menolak beberapa pesanan makanan.

Sedangkan AN memilih untuk berhijrah karena dia merasa ada yang kurang dari hidupnya. Setelah berhijrah AN mengaku lebih tenang dan mendapatkan teman yang dapat menerimanya dengan baik. Sebelum berhijrah anak AN bersekolah di *Internasional School*. Setelah berhijrah

beberapa temannya menjauhi. Kemudian anaknya dipindahkan ke sekolah Islam dan AN mulai rutin mengikuti kajian di Humaira. AN mengaku dia lebih nyaman dengan anggota Humaira lainnya. Dengan berhijrah dan bergabung di Humaira, AN memiliki lingkungan baru yang mau menerima dirinya. Penerimaan ini berupa penerimaan secara penampilan maupun gaya hidup. AN mengaku tidak senang dengan gaya hidup boros di lingkungan sebelumnya. Setelah berhijrah AN lebih sering datang ke kajian dibandingkan arisan. Selain itu, AN juga bisa memindahkan anaknya ke sekolah dengan biaya yang lebih murah dibandingkan di *international school*.

AR berhijrah dengan berganti profesi yang awalnya perawat menjadi pebisnis. AR memulai bisnis MUA setelah berhijrah dengan AJ. Dengan berbisnis, AR mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari pada ketika dia menjadi perawat. Selain itu, ketika menjadi perawat AR tidak memiliki waktu yang cukup untuk mengurus rumah, ia memiliki banyak tuntutan dan juga lebih sering berbelanja dengan boros. Setelah berhijrah AR semakin mudah menjalankan bisnis MUA nya dan juga berjualan pakaian muslim. Melalui jaringan Humaira AR lebih mudah mempromosikan MUA nya dan mendapatkan penghasilan yang lebih banyak dibandingkan saat menjadi perawat. Rasionalitas anggota kajian Humaira dalam melakukan hijrah juga dipengaruhi oleh adanya tujuan komunitas untuk mendirikan yayasan. Yayasan tersebut diharapkan dapat menjadi sumber kegiatan dan mata pencaharian bagi setiap anggotanya.

Peneliti menjumpai adanya perubahan pekerjaan anggota komunitas kajian Humaira. Dari 6 informan, 5 diantaranya melakukan perubahan pekerjaan menjadi pebisnis. Muncul pula simbol-simbol keagamaan dalam setiap bisnis tersebut, mulai dari penggunaan nama tokoh Islam hingga menggunakan *Al-Qur'an* dan *Hadits* dalam mempromosikan produk yang dijualnya.

Fenomena Pilihan Hijrah

Pada penelitian ini, peneliti menemukan adanya keselarasan antara pilihan hijrah anggota komunitas kajian Humaira dengan teori rasionalitas menurut James C. Coleman. Menurut Coleman, seorang individu bertindak atas dasar kepentingan yang ia miliki. Suatu tindakan merupakan upaya untuk memenuhi kepentingan seseorang dalam struktur sosial yang mengharuskan individu tersebut terlibat dalam beberapa jenis transaksi dengan pelaku lain (Coleman, 2014 : 38).

Fenomena hijrah yang tumbuh diberbagai kota di Indonesia kini menjadi alternatif pilihan masyarakat dalam bertindak. Gerakan-gerakan hijrah mulai muncul diberbagai kota di Indonesia yang didukung pula oleh banyaknya idola-idola baru dengan menggunakan atribut Islam seperti jilbab, gamis dan produk lainnya. Munculnya gerakan hijrah yang bersamaan dengan produk-produk Islami merupakan suatu peluang besar bagi pasar komoditas-komoditas Islam (Fealy, G & Sally White, 2012: 6). Mendasarkan pada semangat religiusitas, seseorang yang memiliki kepentingan dapat menjadikan hijrah sebagai suatu pilihan rasional.

Bagi anggota Komunitas Humaria, hijrah merupakan suatu tindakan yang dipilih atas dasar kepentingan yang mereka miliki. Baik kepentingan ekonomi maupun semangat keagamaan. Anggota yang mengalami perubahan nilai dalam bertindak mengidentifikasikan diri mereka berhijrah. Perubahan ini berupa perubahan penampilan dan juga pekerjaan. Anggota komunitas kajian Humaira mengalami perubahan secara fisik yaitu penampilan dan juga secara pemikiran dengan cara berganti pekerjaan. Dengan berhijrah, anggota komunitas kajian Humaira dapat mewujudkan kepentingannya. Dari 5 informan yang mengalami hijrah, mereka dapat mewujudkan kepentingan yang berupa penerimaan di dalam masyarakat dan keuntungan di bidang ekonomi.

Penerimaan dalam masyarakat ialah mereka lebih mudah menerima seseorang berpenampilan agamis (pakaian *syar'i*) dibandingkan seseorang yang biasa. Selain itu, pada bidang ekonomi dari 5 informan 4 di antaranya lebih mudah mendapatkan konsumen setelah berhijrah. Setelah berhijrah informan menggunakan ayat dan *hadits* yang mereka ketahui dari kajian untuk mempromosikan produk yang mereka jual. Hal ini merupakan suatu bentuk kesadaran bahwa anggota komunitas Humaira sebagai pelaku hijrah tidak menguasai secara langsung sumberdaya yang dapat memenuhi kepentingannya. Maka pelaku menggunakan kuasa orang lain untuk mengendalikan sumberdaya yang mereka kehendaki (Coleman, 2014 : 38). Penggunaan ayat dan *hadits* yang ada dalam suatu kelompok masyarakat seperti yang dilakukan oleh informan merupakan suatu cara untuk mengendalikan sumberdaya. Selain dapat memaksimalkan diri seorang aktor akan lebih mudah mengendalikan sumberdaya yang ada dalam masyarakat. Sumberdaya ini berupa uang dan juga masyarakat itu sendiri.

Peneliti menemukan adanya motivasi agama pada setiap anggota komunitas yang berhijrah, akan tetapi muncul pula motivasi lain di antaranya ialah motivasi ekonomi. Perubahan yang terjadi pada anggota komunitas kajian Humaira merupakan suatu bentuk pelaksanaan norma. Norma sendiri memiliki arti sebagai kumpulan nilai, harapan dan tujuan yang diyakini dan dijalankan oleh sekelompok orang yang dapat bersumber dari agama, panduan moral atau seperti halnya kode etik profesional (Kimbal, 2015:23). Norma yang dijadikan patokan oleh anggota komunitas kajian Humaira ini merupakan norma dari kitab suci Al-Qur'an dan juga *hadits* yang di sampaikan oleh *ustadz* dan *ustadzah*.

Menurut James C. Coleman norma sosial diciptakan secara sengaja, dalam pengertian bahwa orang-orang yang memprakasai atau ikut mempertahankan suatu norma merasa diuntungkan oleh kepatuhannya pada norma dan merugi karena melanggar norma (Coleman, 2014 : 333). Anggota yang melaksanakan norma sebagai patokan hidup merasa sangat diuntungkan. Pada pelaksanaan norma, yang bertindak sebagai aktor korporat ialah *ustadz* dan *ustadzah* yang memberikan legitimasi terhadap norma yang digunakan aktor pelaku hijrah dalam mewujudkan maksimalisasi diri.

Menurut hasil penelitian Julia Day, penceramah Indonesia mengilhami anak muda dan perempuan dari kelas menengah hingga kelas atas untuk mempraktikkan keimanan mereka secara lebih disiplin yang berbeda dengan komitmen keagamaan suka-suka dan tidak berfokus pada masa lalu (Fealy, G & Sally White, 2012: 44). Hal tersebut sama dengan legitimasi *ustadz* dan *ustadzah* pada norma yang digunakan informan dalam menjual produknya. Seperti norma tentang makanan yang digunakan oleh NR yaitu tentang aturan harus memakan makanan yang halal. Norma tersebut di perkuat dengan Kajian tanggal 28 April 2019 oleh *Ustadz* Umair Khaz yang membahas tentang makanan halal. Dalam ceramah tersebut disebutkan bahwa makanan yang halal haruslah makanan yang tidak mengandung unsur-unsur tertentu dan juga harus didapatkan dengan cara yang halal.

Norma lain yang muncul dan dilegitimasi oleh *ustadz* dan *ustadzah* adalah cara berpakaian, norma yang berlaku di antara anggota ini merupakan kesepakatan antar anggota yang merujuk pada hasil kajian. Cara berpakaian dengan menggunakan baju longgar, jilbab besar membuka peluang bagi LS untuk mempromosikan bisnis pakaiannya. Pada acara *garage sale*, anggota Humaira menggunakan pakaian seragam. Baju seragam tersebut dibeli dari LS. Keberhasilan meyakinkan konsumen ini merupakan hasil dari penggunaan ayat, *hadits* dan sunnah dalam *caption postingan instagram*. Ayat, *hadits* dan sunnah diperoleh ketika kajian pengurus berlangsung. Norma yang muncul dalam bisnis lain ialah norma/aturan tentang merias diri. Larangan untuk tidak mencukur rambut di wajah, memasang atau menyambung rambut, dan juga tetap menjaga jarak antara laki-laki dan perempuan. Norma tersebut berasal dari ayat suci Al-Qur'an dan disampaikan dikajian oleh *ustadz* dan *ustadzah*.

Legitimasi atas norma tersebut merupakan bentuk penguatan kepada para konsumen bahwa apa yang ditawarkan oleh informan merupakan bentuk produk terpercaya. Penggunaan norma sebagai dasar untuk memulai usaha *Make Up Artist (MUA) syar'i* yaitu dengan tidak memasang bulu mata palsu, memisah laki-laki dan perempuan, juga tidak mencukur alis merupakan suatu pilihan yang efektif. Hal tersebut merupakan bentuk pelaksanaan norma yang telah disampaikan oleh aktor korporat (*ustadz* dan *ustadzah*). Dalam setiap pengolahan kegiatan, komunitas kajian Humaira menggunakan norma yang merupakan turunan dari ayat suci Al-Qur'an. Ayat tersebut sudah ditafsirkan menurut sudut pandang imam-imam besar dalam Islam. *Ustadz* dan *ustadzah* menyampaikan sudut pandang tersebut dengan cara yang menarik.

Coleman juga membahas tentang bagaimana suatu perilaku dapat menjadi perilaku kolektif. Tidak pada semua kelompok suatu tindakan akan menjadi perilaku kolektif. Hanya pada kelompok yang anggotanya mengalihkan sebagian besar kontrol atas tindakannya kepada anggota lain saja suatu tindakan dapat menjadi perilaku kolektif. Pada kelompok yang tidak melakukan hal tersebut suatu fenomena tidak akan menjadi perilaku kolektif. Untuk sebagian tindakan anggota sebuah kelompok akan mengalihkan sebagian besar kontrol atas tindakan tersebut kepada anggota lain,

namun untuk sebagian tindakan yang lain mereka tidak mengalihkannya (Coleman, 2014 : 276).

Menurut James C. Coleman, perilaku kolektif umumnya memiliki beberapa elemen yaitu: melibatkan sejumlah orang yang melakukan tindakan yang sama atau mirip pada waktu yang bersamaan, bersifat sementara atau terus menerus berubah, tidak dalam kondisi seimbang/stabil, dan terdapat ketergantungan tertentu di antara tindakan-tindakan tersebut, individu tidak bertindak secara bebas (Coleman : 2014, 271-272). Hijrah dikonstruksikan sebagai suatu bentuk konstruksi sosial yaitu perubahan sikap dan perilaku dalam masyarakat yang awalnya buruk kemudian menjadi baik dan agamis. Agamis ini diidentikkan dengan penggunaan pakaian yang longgar, *syar'i* dan juga perubahan gaya hidup.

Orang-orang yang rajin menghadiri kajian dipandang lebih memahami norma yang benar menurut agama. Oleh sebab itu anggota komunitas kajian Humaira dipandang lebih mengerti akan turan-aturan agama. Apabila mereka menggunakan norma tersebut untuk mempromosikan produknya maka akan lebih mudah diterima di dalam masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, terjadi pemindahan kuasa dari anggota kepada *jamaah*. Anggota memindahkan kuasa kepada *jamaah* dan menjadi *roll mode* dalam berhijrah. *Roll mode* sendiri merupakan suatu pengkiblatan masyarakat dalam memilih suatu pilihan termasuk dalam memilih produk.

Maksimalisasi diri oleh anggota komunitas Kajian Humaira akan di dapatkan ketika masing-masing berada dalam masyarakat baik masyarakat lingkungan tempat tinggal maupun masyarakat secara luas. Masyarakat dalam hal ini adalah *jamaah* kajian Humaira yang mengidentikkan hijrah sebagai perilaku agamis oleh anggota kajian Humaira. Oleh sebab itu menjadi sangat mudah bagi anggota komunitas kajian Humaira untuk mendapatkan tempat di dalam masyarakat. Terutama dalam mendapatkan kolega bisnis.

Pelaku hijrah meneruskan norma yang telah disampaikan oleh *ustadz* dan *ustadzah* dalam setiap kajian, baik kajian rutin maupun kajian khusus pengurus. Pada hal ini *ustadz* dan *ustadzah* merupakan seorang aktor korporat yang berpengaruh dalam sistem keberlangsungan Humaira. Dalam tindakan rasional terdapat satu komponen yang sangat penting yang disebut aktor korporat. Aktor korporat merupakan aktor yang dapat mempengaruhi suatu sistem yang ada dalam masyarakat (Coleman, 2014).

Komunitas kajian Humaira dapat dikatakan sebuah sistem yang ada di dalam masyarakat. *Ustadzah* dan *ustadz* mampu memberikan legitimasi atas norma yang digunakan oleh anggota Humaira dalam menjalankan bisnisnya. Melalui penyampaian yang mudah diterima oleh masyarakat, semua perkataan *ustadzah* dan *ustadz* lebih mudah dijadikan kesepakatan dalam masyarakat dibandingkan dengan anggota masyarakat lain. Selain itu, di dalam masyarakat *ustadzah* dan *ustadz* merupakan tokoh panutan. Terutama *ustadzah* dan *ustadz* yang berasal dari kalangan artis. Masyarakat lebih mudah menjadikannya sebagai *rollmode* dalam berperilaku dan

memilih gaya hidup.

Keberadaan aktor korporat merupakan bentuk dari dukungan kepada aktor pelaku hijrah (anggota komunitas kajian Humaira). Aktor korporat memberikan penguatan atas norma dan perilaku yang dilakukan oleh aktor pelaku hijrah. Pada setiap kajian, tema juga ditentukan oleh pengurus yang berdasarkan pada konsultasi dengan *ustadzah* senior. Kemudian dibahas dalam rapat bulanan pengurus dan diselaraskan dengan pemateri. Aktor korporat dalam komunitas Kajian Humaira bukan hanya *ustadz* dan *ustadzah* pemateri di setiap kajian rutin. Namun, peneliti juga menjumpai perilaku informan yang meng-*upload postingan ustadz* terkenal di sosial media. Tokoh tersebut dapat juga disebut sebagai aktor korporat karena ia mampu mempengaruhi suatu sistem dalam masyarakat. Pengaruh dari aktor korporat akan memudahkan aktor pelaku hijrah dalam mengendalikan sumberdaya yang mereka inginkan.

Sedangkan sumberdaya adalah segala sesuatu yang merupakan media dari seorang aktor dalam memaksimalkan dirinya. Sumberdaya yang dimaksud di sini ialah keuntungan anggota yang berasal dari *jamaah* dan juga masyarakat. Seluruh anggota merupakan sumberdaya bagi anggota lain. Hal ini dikarenakan potensi yang dimiliki oleh setiap anggota sangat berguna bagi anggota lain, baik potensi ekonomi, potensi *softskill*, maupun potensi pengakuan atas eksistensinya. Potensi tersebut yang akan dijadikan sebagai alat melakukan maksimalisasi diri. Perilaku saling membeli produk dari anggota adalah bentuk dari maksimalisasi diri. Setiap anggota yang berhijrah mendapatkan keuntungan lebih banyak dari pada sebelum berhijrah, serta mudah dalam memasarkan produk yang ia jual.

Konsumsi Islam di Indonesia dan status sangat erat kaitannya dipemasaran kelas atas, khususnya di bidang mode, wisata dan keuangan (Fealy, G & Sally White, 2012: 30). Begitu pula dengan *jamaah*, mereka adalah pasar yang sangat terbuka bagi setiap anggota komunitas kajian Humaira. Hubungan melalui akun sosial media lebih memudahkan anggota Humaira untuk mengakses konsumen. Predikat sebagai anggota Humaira juga memberikan keuntungan dalam menjalin kepercayaan dengan konsumen. Anggota dan *jamaah* terhubung dengan sebuah jaringan yang memudahkan satu sama lain untuk berinteraksi. Jaringan tersebut berupa satu wadah grup sosial media yang sama, kesamaan pemahaman atas norma, dan juga kesamaan *rollmode* dalam berperilaku. Sehingga hal tersebut menjadi suatu gambaran yang sama dalam memilih suatu sikap. Dalam masyarakat anggota Humaira yang berhijrah juga mudah mendapatkan akses konsumen. Hal ini dikarenakan, masyarakat cenderung lebih percaya dengan simbol-simbol keagamaan yang melekat pada anggota komunitas kajian Humaira yang berhijrah.

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan mengenai rasionalitas pilihan hijrah anggota komunitas kajian Humaira, maka dapat disimpulkan bahwa: Pertama, setiap anggota memiliki pengalaman

yang berbeda-beda dalam berhijrah. Akan tetapi pola yang dialami hampir sama, yaitu sama-sama mengalami suatu titik balik berupa permasalahan hidup dan mulai menjalani kehidupan yang agamis. Kehidupan yang agamis ini berupa perubahan gaya hidup yang awalnya jarang mengikuti kajian menjadi rutin datang ke kajian, serta mulai memunculkan simbol-simbol keagamaan. Perubahan lainnya juga dijumpai dalam menggunakan sosial media. Anggota yang berhijrah lebih sering mem-*posting* hal-hal terkait norma agama yaitu *hadits* dan juga nasehat dari *ustadz* dan *ustadzah*.

Kedua, munculnya gerakan hijrah yang bersamaan dengan produk-produk Islami merupakan suatu peluang besar bagi pasar komoditas-komoditas Islam. Mendasarkan pada semangat religiusitas, seseorang yang memiliki kepentingan dapat menjadikan hijrah sebagai suatu pilihan rasional. Bagi anggota Komunitas Humaria, hijrah merupakan suatu tindakan yang dipilih atas dasar kepentingan yang mereka miliki. Baik kepentingan ekonomi maupun semangat keagamaan. Banyak di antara pelaku hijrah yang akan mendapatkan keuntungan dari penggunaan norma-norma agama. Dengan norma itu pula pelaku hijrah menjual barang yang mereka produksi maupun penerimaan di dalam masyarakat. Strategi seperti ini lebih dimudah diterima oleh masyarakat dibandingkan dengan pemasaran barang dengan strategi biasa. Hal ini disebabkan terdapat pula campur tangan dari penceramah yang dapat disebut sebagai aktor korporat hijrah.



Bibliografi

- Abu Muhammad Abdul Malik bin Hisyam Al-Muafri. 2000. *Sirah Nabawiyah Ibnu Hisyam*. (Edisi ke-1). Terjemahan oleh Fadhli Bahri, Lc. Jakarta Timur : Darul Falah.
- Affifah, Assyabiah Nur. 2017. *Hijrah for Muslimah*. Jakarta : Gramedia
- Andriani, Dessy. 2015. "Rasionalitas Sosial-Ekonomi dalam Penyelesaian Pengangguran Terselubung Petani Tadah Hujan." *MASYARAKAT: Jurnal Sosiologi*, 20(1):43-58.
- Annisa Novia Sari dan Adi Bayu Mahadian. 2018. *Perilaku Komunikasi Pelaku Hijrah (Studi Fenomenologi Pelaku Hijrah dalam Shift Gerakan Pemuda Hijrah di Kota Bandung)*. Bandung: Jurnal Linimasa. Volume 1 Nomor 1, Januari 2018, hlm 1-21.
- Aragon, Hila Hilary. 2018. *Hijrah, 18 Seleb Kondang Ini Ternyata Satu Komunitas Pengajian*. m.brilio.net: 05 Maret 2018 (diakses pada tanggal 29 November 2018 pukul 21.26 WIB)
- Ayyu Amila dan Diah Utami. 2014. Rasionalitas *phone sex* Waria di Sidoarjo. Surabaya: Paradigma. Volume 02 Nomor 03 Tahun 2014. Diakses pada jurnalmahasiswa.unesa.ac.id pada tanggal 9 Desember.
- Coleman, James S. 2011. *Dasar-dasar Teori Sosial*. (Edisi ke-4). Terjemahan oleh Imam Muttaqien, Derta Sri Widowatie dan Siwi Purwandari. Bandung: Penerbit Nusa Media.
- Creswell, John W. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih diantara Lima Pendekatan*. (Edisi ke-1). Terjemahan oleh Ahmad Lintang Lazuardi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Erik Setiawan, dkk. 2017. *Makna Hijrah pada Mahasiswa Fikom Unisba di Komunitas ('followers') Akun 'LINE@DakwahIslam'*. Bandung: Media Tor. Vol 10 (1), Juni 2017, 97-108.
- Herdiansyah, Haris. 2015. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Imroatullayyin Makhfiyana dan Moh. Mudzakkir. 2013. *Rasionalitas Plagiarisme di Kalangan Mahasiswa Fakultas Sosial Unesa*. Surabaya: Paradigma. Volume 01 Nomor 03 Tahun 2013. Diakses pada jurnalmahasiswa.unesa.ac.id pada tanggal 9 Desember.
- Marlina, Reni. 2018. *Seni Menikmati Hijrah*. Bandung: Bitread.
- Muhammad, Ahmad Abdul Azhim. 2004. *Strategi Hijrah Prinsip-Prinsip Ilmiah dan Ilham Tuhan*. Surakarta: Tiga Serangkai atas lisensi Dar At-Tauzi'wa An Nasyr Al-Islamiyah, Kairo-Mesir.

- Muftisany, Hafidz. 2014. *Kajian Humaira, Berbagi Ilmu Untuk Semua*. m.republika.co.id: 25 Juli 2014 (diakses pada tanggal 23 Oktober 2018)
- Putri, Restu Diantina. 2018. *Pengaruh Jamaah Tabligh & Salafi di Tengah Pilihan Artis Berhijrah*. tirto.id: 31 Januari 2018 (diakses pada tanggal 27 November 2018)
- Ritzer, George. 2014. *Teori Sosiologi: Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. (Edisi ke-2). Terjemahan oleh Saut Pasaribu, Rh. Widada, dan Eka Adi Nugraha. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Soehadha, Moh. 2014. *Fakta dan Tanda Agama Suatu Tinjauan Sosio-Antropologi*. Yogyakarta: Diandra Pustaka.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suroyyah, Jihan. 2015. *Pernikahan Campuran Dalam Komunitas Arab (Studi tentang Penerimaan Keluarga Perempuan Arab terhadap Pernikahan Campuran di Sepanjang*. Diakses dari journal.unair.ac.id pada tanggal 9 Desember 2018.
- Widyaningrum, Ayu. 2014. *Rasionalitas Peziarah Khaul Al Habib Sholeh Bin Mukhsin Al Hamid di Tanggul*. Diakses dari repository.unej.ac.id pada tanggal 3 November 2018.



JURNAL SOSIOLOGI AGAMA

Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial

Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

