

**PENDAPAT MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH  
TERHADAP KONTEN PEMUDA HIJRAH DI JEJARING  
SOSIAL INSTAGRAM @shiftmedia.id**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Sebagai Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Oleh:**

**Iqlima Putri Rizqi  
NIM. 1917102063**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM (MKI)  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H SAIFUDDIN  
ZUHRI PURWOKERTO  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Iqlima Putri Rizqi

NIM : 1917102063

Jenjang : S1

Fakultas : Dakwah

Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang berjudul **Pendapat Mahasiswa Fakultas Dakwah Terhadap Konten Pemuda Hijrah di Jejaring Sosial Instagram @shiftmedia.id** ini secara keseluruhan hasil penelitian atau karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi citasis dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti ada ketidakbenaran di pernyataan saya, maka saya akan bertanggung jawab.

Purwokerto, 15 Juni 2023

Saya yang menyatakan



**Iqlima Putri Rizqi**

NIM. 1917102063



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH  
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**Pendapat Mahasiswa Fakultas Dakwah Terhadap Konten Pemuda Hijrah  
di Jejaring Sosial Instagram @shiftmedia.id**

Yang disusun oleh **Iqlima Putri Rizqi** NIM. 1917102063 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis, tanggal 06 Juli 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Muridan, M. Ag  
NIP. 197407182005011006

Sekretaris Sidang/Penguji II

Yusuf Herryanto, M. Kom  
NIP. -

Penguji Utama

Dr. Alief Budiyo, M. Pd  
NIP. 19790217200921003

Mengesahkan,  
Purwokerto, 20-7-2023...  
Dekan,



Abdul Basit, M. Ag.  
NIP. 19691219 199803 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Di Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi maka kami sampaikan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Iqlima Putri Rizqi  
NIM : 1917102063  
Fakultas : Dakwah  
Jurusan : Komunikasi Islam  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : **Pendapat Mahasiswa Fakultas Dakwah Terhadap  
Konten Pemuda Hijrah di Jejaring Sosial Instagram  
@shiftmedia.id**

Telah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Walaikumussalam Wr.Wb.

Purwokerto, 15 Juni 2023

Pembimbing,



**Muridan, M.Ag**

NIP.197407182005011006

**Pendapat Mahasiswa Fakultas Dakwah Terhadap Konten Pemuda Hijrah Di  
Jejaring Sosial Instagram @Shiftmedia.Id**

**Iqlima Putri Rizqi**  
**1917102063**

**ABSTRAK**

*Global new media* telah mengubah masyarakat Indonesia memasuki era informasi, teknologi yang terus berkembang memudahkan manusia dalam penyebaran dakwah Islam. Adanya *global village* memungkinkan jutaan orang di seluruh dunia dapat terus menerus terkoneksi. Instagram adalah platform populer untuk menyebarkan informasi dalam bentuk foto dan video, pada era milenial dakwah modern dengan bermacam konten tersedia di Instagram. Akun @shiftmedia.id menjadi salah satu akun yang menyebarkan konten dakwah dengan gaya konten milenial.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi sesuai fokus penelitian yaitu pendapat mahasiswa fakultas dakwah terhadap konten pemuda hijrah di jejaring sosial instagram @shiftmedia.id.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa konten dalam pemuda hijrah di Instagram @shiftmedia.id berisi konten edukasi, informatif, dan konten hijrah. Konten dalam tiga tahun terakhir menjadi lebih variatif dengan menyajikan konten berisi berita dan hal-hal baru atau *update* yang didalamnya juga terdapat pesan dakwah sesuai dengan permasalahan masyarakat saat ini.

**Kata kunci: Mahasiswa, Konten, Media, Instagram, Shift**

## MOTTO

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ ۖ وَأُولَٰئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ

“Yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. Mereka itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka itulah orang-orang yang mempunyai akal.”

(Q.S Az-Zumar : 18)



## **PERSEMBAHAN**

Sekripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahiim. Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT, yang melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya, Alhamdulillah peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pendapat Mahasiswa Fakultas Dakwah terhadap Konten Pemuda Hijrah di Jejaring Sosial Instagram @shiftmedia.id”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu (S.1) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa, dalam proses penyusunan skripsi ini tidak sedikit kendala yang dihadapi, namun berkat bimbingan, arahan, bantuan, dan do'a dari berbagai pihak sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik. Maka, perkenaan dengan hal tersebut peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M. Ag. Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M. Ag. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Uus Uswatusholihah, M.A., Ketua Jurusan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah sekaligus Dosen Penasehat Akademik Angkatan 19 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dedy Riadin Saputro, M.I.Kom., Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Muridan, M.Ag., dosen pembimbing skripsi, terimakasih atas segala arahan, nasehat, motivasi dan kesabarannya dalam membimbing penulisan skripsi ini, sehingga penyusunan berjalan lancar.
6. Segenap Dosen dan Karyawan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali ilmu dengan ikhlas, dan pengalaman selama menempuh studi perkuliahan.
7. Kedua orang tua, Bapak Minhadi dan Ibu Anik Nusverantiningsih yang penuh kasih sayang dalam membimbing penulis, memberi dukungan baik secara

materi maupun moral serta atas doa-doa yang tidak berpenghujung dilantikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Kedua kaka, Juni Ardi Arfa'an dan Umi Resi Noviana atas nasehat dan doa untuk penulis.
9. Teruntuk Ageng Tirtayasa atas semangatnya yang tidak pernah pudar, untuk doa, motivasi dan dukungan berupa tenaga serta waktunya. Terimakasih telah menjadi *partner* yang baik, pendengar yang baik dalam menggapai cita dan harapan sehingga terbentuklah skripsi ini.
10. Sahabat seperjuangan Anggita Nur Pratiwi, Balqis Rosa Al'asqorah, Atik Maelani, Sholehah Sabaniyati, Elsa Viona, Martina Darmawati Putri, Atika A'yun Kumaila, terimakasih atas dorongan ambisi serta menjadi pendengar yang baik dikala penulis berkeluh kesah.
11. Segenap keluarga besar Bani Shaleh Fanani, uwa Rochani, mba Mei Lina Setyowati, dan saudara-saudara lainnya yang telah mendoakan serta memberi dukungan hingga akhir.
12. Kepada teman-teman KPI B angkatan 2019, yang telah memberikan dukungan semangat serta bantuan dan memberikan kenangan, juga pengalaman penulis dalam bangku kuliah.
13. Sahabat-sahabat saya, Pujiyanti Rahayu, Lela Ayu Fenia, Futikhaturrizkiyah, dan Deni Fitriani yang telah ikut mendoakan dan memberikan dukungan terbaik.
14. Untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam membantu dan memberikan semangat sehingga skripsi ini terselesaikan.
15. Teruntuk diri, terimakasih sudah bekerja keras, tetap berusaha kuat dalam menghadapi kendala yang dihadapi dengan semangat yang sedikit dipaksakan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih atas segala bantuan dari semua pihak semoga Allah SWT membalas segala kebaikan tersebut dengan balasan yang lebih baik. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca

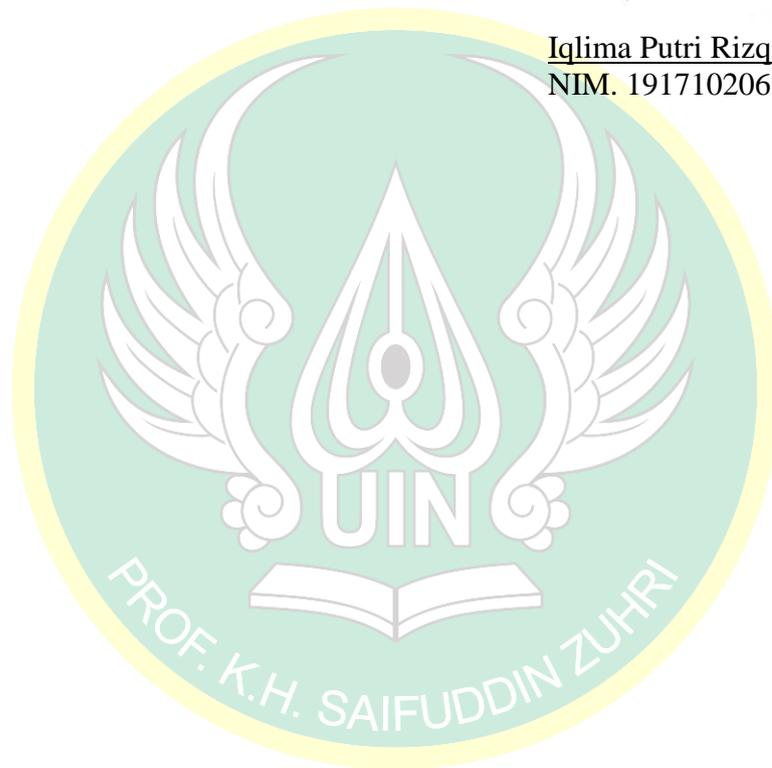
demi perbaikan dalam kepenulisan selanjutnya. Semoga sekripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua.

Purwokero, 15 Juni 2023

Penulis,



Iqlima Putri Rizqi  
NIM. 1917102063



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
E. Kajian Pustaka.....	11
F. Sistematika Pembahasan.....	14
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Pengertian Hijrah .....	16
B. Bentuk-bentuk Hijrah.....	17
C. Gerakan Pemuda Hijrah (Shift).....	20
D. Proses Terbentuknya Gerakan Pemuda Hijrah (Shift).....	22
E. Faktor yang Menyebabkan Hijrah.....	24
F. Konten Media @shiftmedia .....	25

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
C. Sumber Data.....	39
D. Subjek dan Objek Penelitian .....	39
E. Metode Pengumpulan Data .....	38
F. Analisis Data .....	40

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Fakultas Dakwah .....	43
B. Gambaran Umum Subjek Mahasiswa .....	45
C. Gambaran Umum Instagram @shiftmedia.id .....	46
D. Pendapat Mahasiswa Fakultas Dakwah Terhadap Konten Pemuda Hijrah di Jejaring Sosial Instagram @shiftmedia.id .....	48

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	65

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Time Scedule Penelitian..... 38

Tabel 4.1 Postingan akun Instagram @shiftmedia.id ..... 49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Website Pemuda Hijrah..... 20

Gambar 2.2 Website Pemuda Hijrah (Visi) ..... 22

Gambar 2.3 Website Pemuda Hijrah (Misi)..... 22

Gambar 2.4 Tampilan Akun Instagram @shiftmedia.id ..... 28

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Dakwah..... 45

Gambar 4.3 Analisis Profil Instagram @shiftmedia.id Like Terbanyak ..... 47

Gambar 4.4 Analisis Profil Instagram @shiftmedia.id Komentar Terbanyak. 47

Gambar 4.5 Profil Instagram @shiftmedia.id pada Maret 2023 ..... 48

Gambar 4.6 Hasil Analisis Akun Instagram @shiftmedia.id..... 49

Gambar 4.7 Tampilan Feed Akun Instagram @shiftmedia.id ..... 52

## DAFTAR LAMPIRAN

- A. Pesoman Observasi
- B. Hasil Observasi
- C. Pedoman Wawancara
- D. Hasil Wawancara
- E. Pedoman Dokumentasi
- F. Hasil Dokumentasi

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Global new media tampaknya telah mendobrak batas dan mengubahnya menjadi hambatan liberalisasi informasi. Dengan penggunaan new media sosial, penyebaran dakwah menjadi lebih luas, tersebar di seluruh dunia dan dapat diakses setiap saat. Fakta ini telah membawa masyarakat, termasuk umat Islam Indonesia, memasuki era masyarakat informasi. Masyarakat saat ini membutuhkan alat komunikasi yang memungkinkan dalam menerima dan berbagi informasi dengan cepat dan mudah. Teknologi yang terus berkembang memudahkan manusia untuk berkomunikasi.<sup>1</sup>

Dalam kehidupan manusia yang maju, diperlukan ruang untuk mendukung strategi peningkatan kehidupan dalam berdakwah. Selain itu, generasi muda saat ini lebih berorientasi pada teknologi, sehingga secara tidak langsung dan perlahan bergerak menuju kepada gaya hidup yang lebih praktis. Lambat laun, kehidupan global memisahkan manusia dari kehidupan spiritual.

Menghadapi fenomena era globalisasi ini, umat Islam yang sadar dan paham, kemungkinan besar akan merespon persoalan globalisasi dengan respon yang positif, tepat melalui cara-cara strategis berdasarkan ajaran Al-Qur'an. Maka perlu upaya untuk menyebarkan ajaran agama Islam (Dakwah) melalui kepentingan-kepentingan yang dominan dalam kehidupan global ini seperti dalam media massa.<sup>2</sup>

Menggunakan media kekinian untuk menyebarkan pesan dakwah. Berkat kecerdikan dan inovasinya, media sosial kini bisa dimanfaatkan untuk

---

<sup>1</sup> Faradillah Iqmar Omar, Nor Azlili Hassan, and Iza Sharina Sallehuddin. "Role of Social Media in Disseminating Dakwah (Peranan Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah)." In *Islamic perspectives relating to business, arts, culture and communication*, pp. 43-55. Springer, Singapore, 2015.

<sup>2</sup> Vyki Mazaya. "Smart Dakwah di Era Society 5.0; Da'i Virtual dalam New Media." *IQTIDA: Journal of Da'wah and Communication* 2, no. 01 (2022): 32-46.

menyebarkan ajaran agama sekaligus mencari informasi. Adapun membuat video dakwah kemudian di posting media sosial.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, mendefinisikan media sosial sebagai “seperangkat aplikasi Internet berdasarkan filosofi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan produksi dan berbagi konten buatan pengguna”.<sup>3</sup> Sebagai contoh media sosial, Instagram adalah salah satunya. Bagi Miliza Ghazal, "Instagram" adalah aplikasi sosial populer untuk smartphone. Nama Instagram berasal dari kata "insta" (segera) dan "gram" (telegram). Instagram, dalam istilah lain, adalah platform untuk mengirim informasi dalam bentuk foto dan video.

Dapat dikatakan bahwa Instagram adalah sumber daya yang ada. Apalagi bagi anak muda, Instagram merupakan media sosial yang paling penting dalam kehidupan sehari-hari. Fitur-fitur yang tersedia di Instagram memungkinkan pengguna untuk memutuskan apa yang mereka ikuti, yang kemudian ditampilkan di halaman utama Instagram. Penyebaran informasi yang mudah mempengaruhi perubahan sosial baik secara positif maupun negatif.

Hitungan per-hari, keterlibatan media sosial terus meningkat, terutama di platform Instagram. Penggunaan waktu di Instagram lebih besar dan intens dibandingkan untuk aktivitas lainnya. Apalagi di era komunikasi digital saat ini, ketika informasi menyebar dengan cepat melalui media dan mudah didapat. Ini karena, manusia tinggal yang disebut Marshall McLuhan sebagai “*global village*” atau kondisi dimana alat komunikasi modern memungkinkan jutaan orang di seluruh dunia untuk terus terhubung.

*Shift* atau disebut juga dengan Gerakan Pemuda Hijrah. Didirikan sejak Maret 2015, sementara akun dakwahnya ada sejak Mei 2015, Gerakan Pemuda Hijrah didirikan oleh 5 orang. Pemuda Hijrah bukanlah sebuah organisator atau sejenisnya, melainkan sebuah gerakan yang mengajak para pemuda untuk kembali mencintai Islam. Logonya sendiri, terinspirasi dari

---

<sup>3</sup> Mhd. Latip Kahpi, “Peran Media Sosial Dalam Membangun Kerukunan Umat Beragama,” HIKMAH, 2, 13 (Desember 2019): 225.

logo tombol *Shift* pada keyboard laptop atau komputer yang artinya bergerak atau berubah.

Pemuda Hijrah (*Shift*) desain dakwahnya dengan konsep yang asik, gaul dan syar'i melalui video dakwah yang bergambar dan tulisan yang disertai dengan suara. Pada kalangan mahasiswa sudah tidak asing mengenai pemuda hijrah ini, dalam berdakwah di media dengan menggabungkan sinematografi dan dakwah dari kumpulan-kumpulan video dan gambar ciptaan Allah yang menenangkan sebagai latar dari video dakwah yang disampaikan, tidak ketinggalan juga dengan background suara yang mengiringi videonya, dalam @shiftmedia.id dakwah dikemas secara menarik dengan tujuan agar pesan dapat dengan cepat ditangkap dan mudah dipahami oleh para pengguna instagram atau mad'u.

Adapun motto yang terkenal untuk merangkul para pemuda "*Banyak maen, banyak manfaat, banyak pahala..sedikit dosa...*" ini menjadi ketertarikan minat anak muda. Karena generasi milenial saat ini suka piknik atau *hang out* bersama kelompoknya. Namun, setelah label hijrah marak di jejaring sosial. Caption yang ditulis dengan gambar yang diunggah dalam akun mereka lebih bernuansa Islami atau mengandung unsur motivasi.<sup>4</sup>

Fenomena hijrah memiliki target, yaitu kaum milenial. karena remaja milenial sedang mengalami proses pencarian jati diri dimana mereka saat ini sedang mengalami emosi yang tidak stabil, maka solusinya adalah kembali ke agama. Ketika berbicara tentang agama, kalangan remaja terlebih mahasiswa mulai berpikir kritis dan memiliki keingintahuan yang sangat tinggi tentang ajaran agamanya. Pada usia ini, mereka tidak memahami agama hanya sebagai doktrin. Untuk memuaskan rasa ingin tahunya, banyak dari mereka yang mencari informasi tentang agamanya. Salah satunya mencari informasi keagamaan melalui jejaring sosial.

Namun banyak pengguna media sosial terutama instagram setelah maraknya label hijrah kebanyakan mereka merubah gaya hidupnya mulai dari

---

<sup>4</sup> Artina Vivi Evielina Putri, "Kontruksi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisis Wacana pada Video Dakwah di Chanel Youtube Shift Media)", 2020, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang.

cara berpakaianya seperti, menggunakan cadar, hijab yang panjang dan lebar, sedangkan dikalangan pria juga menggunakan celana cingkrang, baju jubah serta memelihara jenggot. Tetapi hijrah itu bukan hanya merubah penampilan apalagi hanya untuk ikut-ikutan tren, banyak yang mengaku telah hijrah namun keesokan harinya berubah kembali, bukan menyalahkan hanya saja lebel hijrah marak disalahgunakan.

Hijrah bukan hanya tentang taatnya penampilan namun juga tentang taatnya qalbu kepada pemahaman yang benar, tentang semakin memperbaiki diri bukan hanya dari sekedar kain yang menutupi diri atau memanjangkan jenggot, namun tentang mengerti setelah berhijab juga harus menjaga diri, setelah berjenggot juga harus semangat menuntut ilmu dan mengamalkannya serta beramal shalih. Kerap dijumpai juga seseorang telah berhijab kemudian dalam hitungan hari melepas kembali hijabnya, perubahan itu pasti terpengaruh oleh banyak unsur salah satunya kemajuan teknologi.<sup>5</sup>

Melihat fakta tersebut, menyebarkan dakwah sangatlah mudah, namun juga menjadi tantangan jika penyebaran dakwah tidak mengoptimalkan penggunaan media sosial. Dakwah harus cepat dan mudah diakses, disajikan melalui konten unik dan menarik yang disajikan secara online melalui berbagai media sosial. Melihat fakta tersebut, menyebarkan dakwah sangatlah mudah, namun juga menjadi tantangan jika penyebaran dakwah tidak mengoptimalkan penggunaan media sosial. Dakwah harus cepat dan mudah diakses, disajikan melalui konten unik dan menarik yang disajikan secara online melalui berbagai media sosial. Maka dari itu, kajian terhadap konten dakwah di era milenial sangat penting untuk dikaji lebih lanjut untuk mengetahui konten dakwah apa yang harus diterapkan dengan benar dan menyampaikan isi dakwah disampaikan secara keseluruhan.

Melihat fenomena tersebut banyak peneliti yang mencoba mengkaji mengenai Pemuda Hijrah (*Shift*), mulai dari strategi dakwah, komunikasi persuasifnya, hingga budaya yang coba dipakai olehnya. Dalam hal ini penulis akan mendalami mengenai konten Pemuda Hijrah. Penelitian ini

---

<sup>5</sup> Al-Khatib, Muhammad Abdullah. *Makna hijrah: dulu dan sekarang*. Gema Insani, t.t

menggunakan studi pada 4 mahasiswa fakultas dakwah, dimana peneliti telah melakukan survei di fakultas dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto dan wawancara terkait dengan akun @shiftmedia.id pada bulan Januari 2023. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pendapat Mahasiswa Fakultas Dakwah Terhadap Konten Pemuda Hijrah di Jejaring sosial Instagram @shiftmedia.id”.

## **B. Penegasan Istilah**

### **1. Pendapat**

Pendapat adalah gagasan atau pikiran yang menjelaskan preferensi atau kecenderungan tertentu terhadap ideologi dan cara pandang yang tidak objektif. Pendapat adalah reaksi terhadap rangsangan yang disusun oleh interpretasi pribadi. Pendapat (Opini), merupakan kumpulan citra yang dibuat atau dicipta selama proses komunikasi.<sup>6</sup>

Seperti yang terlihat dalam KBBI bahwa Pendapat merupakan bentuk turunan dari kata dapat. Kata dapat memiliki dua kelas kata, keterangan dan kerja. Kategori keterangan mengacu pada makna ‘mampu, sanggup’. Kategori kerja mengacu pada makna ‘menerima, memperoleh, berhasil, tercapai’.<sup>7</sup>

### **2. Mahasiswa**

Mahasiswa dianggap sebagai orang yang belajar ditingkat perguruan tinggi negeri ataupun swasta di lembaga pendidikan tingkat universitas atau yang setingkat lainnya. Mahasiswa adalah posisi yang dimiliki seseorang dalam kaitannya dengan universitas, calon atau mahasiswa yang dianggap memiliki intelektual juga dapat didefinisikan

---

<sup>6</sup> Saifuddin, Much Fuad. "E-learning dalam persepsi mahasiswa." *Jurnal Varidika* 29, no. 2 (2018): 102-109.

<sup>7</sup> <https://kbbi.web.id/pendapat> tentang arti kata pendapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (online), diakses pada tanggal 10 Januari 2023.

sebagai orang yang belajar di perguruan tinggi, baik itu universitas, institut atau akademi.<sup>8</sup>

Mahasiswa dianggap memiliki kecerdasan yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan merencanakan kegiatan. Berpikir kritis dan bertindak cepat dan tepat merupakan karakteristik yang melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip-prinsip yang saling melengkapi, belajar di perguruan tinggi sangat berbeda dengan belajar di sekolah, siswa lebih banyak berperan sebagai penerima ilmu dari pengajar sedangkan pengajar dalam lingkup universitas berfungsi sebagai fasilitator yang membantu mahasiswa mencapai tujuan pembelajaran yang telah disepakati.<sup>9</sup>

### 3. Fakultas Dakwah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) fakultas adalah bagian dari perguruan tinggi, tempat belajar dalam suatu disiplin ilmu yang mempunyai beberapa jurusan. Sedangkan dakwah adalah setiap kegiatan menyampaikan ajaran Islam dengan berbagai cara kepada orang lain untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan.

Fakultas Dakwah merupakan fakultas yang mempelajari kajian Islam melalui dakwah dan ilmu sosial.<sup>10</sup> Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri (UIN Saizu) pada awal berdirinya hanya ada Jurusan Dakwah STAIN Purwokerto pada Tahun 1997 dengan komitmen untuk memberikan warna dan kontribusi dalam pengembangan dakwah Islam baik secara teoritis maupun praktis. Upaya tersebut ditempuh dengan menyiapkan para ahli dan praktisi di bidang dakwah yang mampu

---

<sup>8</sup> Juliana Kurniawati, dan Siti Baroroh. "Literasi media digital mahasiswa universitas muhammadiyah bengkulu." *Jurnal Komunikator* 8, no. 2 (2016): 51-66.

<sup>9</sup> Rahmawati, Diana. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi kepuasan mahasiswa." *Jurnal Economia* 9, no. 1 (2013): 52-65.

<sup>10</sup> A.Said Hasan Basri. "Kecenderungan internet adiksi mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi ditinjau dari religiositas." *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah* 15, no. 2 (2014): 407-432.

menguasai berbagai pendekatan baik melalui lisan, tulisan, dan tindakan.<sup>11</sup>

#### 4. Konten Media

Secara bahasa, konten adalah isi, muatan, kandungan. Istilah ini digunakan dan dipopulerkan di era Internet untuk merujuk pada konten situs web atau halaman di Internet. Menurut KBBI, konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.

Dalam bahasa Inggris, menurut kamus *Cambridge* salah satu definisi konten adalah artikel atau bagian dari majalah atau buku (*the articles or parts contained in a magazine or book*). konten dengan demikian merupakan berbagai bentuk informasi yang disajikan oleh media, khususnya media baru, baik berupa tulisan, gambar, suara (voice) atau video.<sup>12</sup>

Konten media adalah berbagai jenis atau konten yang muncul di berbagai media dan berbagai bentuk konten di dunia teknologi saat ini, seperti blog, wiki, forum diskusi, chatting, tweet, podcasting, gambar digital, video, audio, iklan unruk berbagai bentuk konten media lainnya yang dibuat oleh pengguna sistem atau layanan online, seringkali melalui situs media sosial.<sup>13</sup>

#### 5. Pemuda Hijrah (Shift)

Gerakan Pemuda hijrah ini diprakarsai oleh Ustadz Hanan Attaki, gerakan ini mengikutsertakan para pemuda untuk mulai berani berhijrah, menjadi pemuda yang berkualitas yang beriman dan Islami. Tentunya dengan cara yang harus disesuaikan dengan tujuan dakwah, salah satunya melalui media sosial Instagram.

<sup>11</sup> <https://dakwah.uinsaizu.ac.id/sejarah/> tentang sejarah fakultas dakwah UIN. Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, diakses pada tanggal 30 April 2023.

<sup>12</sup> Herlina, Lina. "Disintegrasi sosial dalam konten media sosial Facebook." *TEMALI: Jurnal Pembangunan Sosial* 1, no. 2 (2018): 232-258.

<sup>13</sup> Agustina, Lidya. "Viralitas konten di media sosial." *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa* 1, no. 2 (2020): 149-160.

Gerakan ini berdiri pada Maret 2015, Pemuda Hijrah didirikan oleh 5 orang. Ia menjelaskan, Pemuda Hijrah bukanlah event organizer atau sejenisnya, melainkan sebuah gerakan yang mengajak generasi muda untuk kembali mencintai Islam. Logonya sendiri terinspirasi dari logo tombol Shift paada keyboard laptop atau komputer yang berarti *move* atau gerakan.<sup>14</sup>

## 6. Jejaring Sosial

Jaringan sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan bagaimana mereka berinteraksi karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari hingga keluarga. Serta layanan online yang memungkinkan individu untuk membuat profil publik/semi-publik dalam sistem terbatas, menghubungkan grup pengguna yang berbagi koneksi, dan “menghubungkan” koneksi ini dan koneksi lainnya di dalam sistem.<sup>15</sup>

Penelitian di berbagai bidang akademik telah menunjukkan bahwa jaringan jejaring sosial beroperasi di berbagai tingkatan, dari keluarga hingga negara, dan memiliki peran penting dalam menentukan cara memecahkan masalah, mengelola organisasi, dan mencapai tujuan indivisu. Professor J.A Barnes pertama kali menciptakan istilah jejaring sosial pada tahun 1954. Jejaring sosial adalah sistem struktur sosial yang terdiri dari elemen individu atau organisasi. Jejaring sosial membuat orang-orang sosialitas yang sama, dari kenalan hingga bisa berkeluarga, dan saling mengenal.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Annisa Novia Sari, dan Adi Bayu Mahadian. “Perilaku Komunikasi Pelaku Hijrah: Studi Fenomenologi Pelaku Hijrah dalam Shift Gerakan Pemuda Hijrah di Kota Bandung.” *LINIMASA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2018).

<sup>15</sup> Fahrimal, Yuhdi. "Netiquette: Etika jejaring sosial generasi milenial dalam media sosial." (2018).

<sup>16</sup> Mustafa, Siti Ezaleila, dan Azizah Hamzah. "Media Sosial: Tinjauan Terhadap Laman Jaringan Sosial Dalam Talian Tempatan: Media Sosial: Tinjauan tentang Situs Jejaring Sosial Daring Lokal." *Jurnal Pengajian Media Malaysia* 12, no. 2 (2010): 37-52.

Jejaring sosial mengundang semua pihak yang berkepentingan untuk berpartisipasi, secara terbuka berkontribusi dan memberikan saran, berkomentar dan berbagi informasi dengan cepat dan tanpa batasan.

## 7. Instagram

Instagram adalah media sosial berbasis gambar yang menawarkan layanan foto atau video secara online. Instagram berasal dari pengertian bagaimana aplikasi ini bekerja secara umum. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid pada saat itu lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan gambar secara instan, seperti polaroid. kata "gram" berasal dari kata "telegram", yaitu cara cepat untuk mengirimkan informasi kepada orang lain. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto melalui internet sehingga informasi dapat diterima dengan cepat. Itu sebabnya Instagram adalah keendekan dari instan dan telegram.<sup>17</sup>

Aplikasi Instagram memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video ke feed yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur berdasarkan tag dan informasi lokasi. Unggahan dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang telah disetujui sebelumnya. Pengguna dapat menelusuri konten pengguna lain berdasarkan tag dan lokasi, serta melihat konten yang sedang tren. Pengguna dapat menyukai foto dan mengikuti pengguna lain untuk menambahkan konten mereka ke halaman beranda.<sup>18</sup>

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian penulis diatas, maka rumusan masalahnya adalah, Bagaimana pendapat mahasiswa fakultas dakwah terhadap konten pemuda hijrah di jejaring sosial instagram @shiftmedia.id?

<sup>17</sup> Yusuf, Ahmad. "Hiperealitas Simulakra Media Sosial (Studi pada Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto Pengguna Instagram)." Disertasi PhD, IAIN Purwokerto, 2018.

<sup>18</sup> Anggraini, Desi. "Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram@ islamdakwahcom)." PhD dis., UIN Raden Intan Lampung, 2020.

## **D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Mengetahui pendapat mahasiswa fakultas dakwah terhadap konten pemuda hijrah di jejaring sosial instagram @shiftmedia.id.

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan atau kajian di bidang komunikasi penyiaran Islam dan sebagai bahan pertimbangan dalam rangka meningkatkan mutu berdakwah yang baik, serta mengetahui sejauh mana konten Pemuda Hijrah di jejaring sosial instagram @shiftmedia.id diketahui oleh mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

#### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide dan informasi, serta pemahaman baru mengenai dakwah media sosial instagram yang didalamnya terdapat pesan dakwah yang menarik dan dapat mempengaruhi khalayak lebih besar atau luas. Selain itu sebagai sumbangan bagi pemikiran zaman sekarang dan masa depan serta sarana pembelajaran untuk pengembangan pribadi.

## **E. Kajian Pustaka**

Berdasarkan penelusuran peneliti, beberapa skripsi dijabarkan pada judul skripsi tersebut. Untuk mendapatkan hasil yang baik dari tinjauan pustaka ini, Untuk mengumpulkan penelitian ini, peneliti harus mencari teori dan gagasan yang dapat digunakan sebagai deskripsi dan referensi. Skripsi penelitian ini, yaitu:

1. Skripsi yang ditulis oleh Salsa Fauziah Zein, Tahun 2021, UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto, pada tahun 2021 yang berjudul “Pesan dakwah Hanan Attaki dalam mempersuasi mad’u di instagram @shiftmedia.id”.<sup>19</sup> Hasil

---

<sup>19</sup> Salsa Fauziah Zein, “Pesan dakwah Hanan Attaki dalam mempersuasi mad’u di instagram @shiftmedia.id”. Skripsi: 2021, Purwokerto, UIN Saifuddin Zuhri.

skripsi ini membahas tentang proses meyakinkan mad'u melalui penggunaan akun dakwah Hanan Attaki di Instagram, dimana mayoritas konten yang diunggah adalah penggalan ceramah ustadz Hanan Attaki, dilengkapi gambar/video yang berkaitan dengan topik dakwah, menggunakan “New Media atau Media Baru” sebagai media dakwahnya. Penyampaian pesan dakwah untuk meyakinkan mad'u antara lainnya menggunakan teknik komunikasi persuasif yang didukung bahasa yang sederhana dan tampilan modern sehingga mudah diterima oleh para pemuda.

Dari penelitian tersebut terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaan dalam penelitian tersebut yaitu objek yang diteliti, sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitiannya dimana dalam penelitian ini yaitu mad'u akun dakwah @shiftmedia,id serta penelitian ini meneliti pesan dakwah dalam mempersuasi mad'u.

2. Tesis yang ditulis oleh Ulil Azmi Umroh, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, pada tahun 2019 yang berjudul “Desain Dakwah Di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attaki Melalui “Shift” Pemuda Hijrah (dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)”.<sup>20</sup> Hasil tesis ini menjelaskan bahwa Kegiatan dakwah memiliki tantangan tersendiri untuk berkembang. Fenomena menarik terjadi ketika berbagai sarana komunikasi dan media massa aktif digunakan untuk mendukung kepentingan dakwah. Hal ini terlihat pada dakwah yang direncanakan Ustadz Teuku Hanan Attaki melalui Pergeseran Pemuda Hijrah yang menggunakan media sosial sebagai alat dakwahnya. Dalam tulisan ini penulis memfokuskan kajian tentang bagaimana Ustadz Teuku Hanan Attaki mengimplementasikan perencanaan dakwah di media sosial. Rancangan dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Hanan Attak merupakan rancangan dakwah yang lahir dari perpaduan pemikiran dan ilmunya antar

---

<sup>20</sup> Ulil Azmi Umroh, “Desain Dawah Di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attaki Melalui “Shift” Pemuda hijrah (Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)”. Tesis: 2019. Surabaya. UIN Sunan Ampel.

Shift. Dengan demikian, informasi yang disampaikan melalui media sosial berpotensi mempengaruhi sikap tertentu.

Dari penelitian tersebut terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaan dalam penelitian ini yaitu objek yang diteliti. Perbedaannya penelitian ini membahas mengenai inovasi dakwah kekinian yang dapat mempengaruhi seseorang agar memiliki sikap tertentu.

3. Skripsi yang ditulis oleh Haris Mauludin, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, pada tahun 2019 yang berjudul “Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) Melalui Sosial Media *Instagram*”<sup>21</sup>. penelitian ini menjelaskan tentang Generasi muda mengalami kesenjangan dalam beragama dari perspektif Islam dan terbiasa hidup bebas. Ustadz Hanan Attaki oleh Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) menggunakan fitur konten video Instagram sebagai hal yang positif untuk berbagi pesan dakwah. Penelitian ini menggunakan konsep teori manajemen strategis. Menurut Fred. Teori strategi manajemen konsep R David memiliki tiga tahapan penting diantaranya: formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Strategi dakwah ini bisa disebut proses fine-tuning antara isu-isu sosial dan narasi-narasi keagamaan untuk menerangi makna-makna spiritual yang dikaitkan dengan persoalan-persoalan kemanusiaan.

Dari penelitian tersebut terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaan dalam penelitian yaitu membahas gerakan pemuda hijrah sebagai hal yang positif dalam berbagi pesan dakwah, sedang perbedaan terletak pada masalah yang diangkat dalam penelitian yakni mengenai strategi dakwah.

---

<sup>21</sup> Haris Mauludin, “Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) Melalui Sosial Media *Instagram*”. Skripsi: 2019, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah.

4. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Eko Anang, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, pada tahun 2019 yang berjudul “Fenomena Hijrah Era Milenial (Studi Komunitas Hijrah di Surabaya)”.<sup>22</sup> Penelitian ini menjelaskan perbedaan definisi hijrah, kategori hijrah menurut masing-masing komunitas hijrah, perbedaan aktivitas komunitas hijrah dan perkembangan komunitas hijrah. Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif dan teori aksi sosial Max Weber untuk menganalisis fenomena migrasi dan pendekatan sosiologis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap komunitas hijrah memiliki pemaknaan dan ideologi yang berbeda tentang hijrah. Karena perbedaan tersebut, ketiga komunitas hijrah tersebut memiliki kegiatan dan cara yang berbeda untuk menyasar kaum milenial untuk bergabung. Namun di antara perbedaan tersebut, ketiga komunitas hijrah tersebut memiliki tujuan yang sama, yakni kaum milenial Surabaya. Anggota yang mengikuti setiap komunitas hijrah memiliki ideologi eksklusif dan inklusif. Ada berideologi eksklusif karena ingin menimba ilmu agama hanya dengan ustadz yang memiliki pemahaman yang sama. Tapi juga punya ideologi umum karena menyasar kaum milenial, siapapun mereka.

Dari penelitian tersebut memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya yakni membahas mengenai pemuda hijrah, sedang perbedaan terletak pada subjek yang diteliti.

5. Skripsi yang ditulis oleh Ihat Sholihat, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, pada tahun 2017 yang berjudul “Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Gerakan Pemuda Hijrah Dalam Berdakwah”.<sup>23</sup> Penelitian ini membahas tentang Tujuan gerakan dakwah adalah mengajak para pemuda untuk lebih religius melalui pendekatan dan teknik kreatif yang mampu menarik para pemuda untuk berhijrah.

<sup>22</sup> Muhammad Eko Anang, “Fenomena Hijrah Era Milenial (Studi Komunitas Hijrah di Surabaya)”. Skripsi: 2019, Surabaya, UIM Sunan Ampel.

<sup>23</sup> Ihat Sholihat. Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Gerakan Pemuda Hijrah dalam Berdakwah. *Skripsi*. (Jakarta: UIN SYARIF HIDAYATULLAH, 2017), Hlm. 42.

Oleh karena itu, gerakan pemuda hijrah membutuhkan strategi komunikasi yang jitu dalam upaya dakwahnya. Hasil studi tentang strategi psikodinamik dimana faktor emosional dan kognitif mempengaruhi persepsi terhadap fenomena lingkungan. Strategi sosial budaya menggunakan faktor lingkungan, yaitu hubungan yang akrab antara pengurus dan jamaah dakwah. Strategi pemaknaan lebih menitikberatkan pada pemberian pemahaman kepada jamaah, manipulasi pemahaman tetapi tidak merubah makna, tujuannya untuk memudahkan penyampaian pesan persuasif.

Dari penelitian tersebut terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaan dari penelitian ini yakni membahas mengenai pemuda hijrah, sedang perbedaan penelitian terletak pada masalah yang diangkat yakni mengenai strategi komunikasi persuasif pengurus gerakan dakwah tersebut.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

*Sistematika pembahasan* adalah kerangka acuan yang digunakan dalam penelitian untuk menawarkan gambaran dasar tentang pembahasan-pembahasan yang muncul dalam penelitian agar memudahkan dan tidak membingungkan pembaca. Peneliti akan menyajikan sistematika pembahasan dari bab pertama sampai bab terakhir. Adapun sistematika pembahasan yang akan ditampilkan pada penelitian ini sebagai berikut:

Bagian pertama merupakan pendahuluan yang isinya terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, batasan rumusan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bagian kedua berisi tentang kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam hal ini teori yang dibahas ialah Pengertian Hijrah, bentuk-bentuk hijrah, Gerakan Pemuda Hijrah (Shift), proses terbentuknya pemuda hijrah, Faktor yang menyebabkan hijrah, konten media @shiftmedia.id.

Bagian ketiga membahas tentang metodologi penelitian yang menjelaskan tentang penelitian, sumber data, subjek dan objek penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bagian keempat merupakan hasil penelitian, diuraikan tentang temuan data yang peneliti peroleh berdasarkan observasi dan referensi dari media yang masih berhubungan pada objek yang di teliti.

Bagian kelima berisikan penutup, yang berupa kesimpulan dan saran.



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Pengertian Hijrah

Kata hijrah (هِجْرَةٌ) berasal dari akar kata hajara (هَجَرَ) yang berarti berpindah (tempat, keadaan, atau sifat), atau memutuskan, yakni memutuskan hubungan antara dirinya dengan pihak lain. Dalam *pengertian syar'iy*, hijrah berarti, "perpindahan Rasulullah saw. bersama sahabat-sahabatnya dari Mekkah menuju Madinah, kira-kira tahun ke-13 dari masa kenabiannya". Peristiwa hijrah atau pindah ini biasa juga disebut gerak kearah yang lebih baik.

Hijrah ada dua jenis yaitu hijrah jasmani dari satu negeri ke negeri lain dan hijrah hati kepada Allah SWT dan rasulnya. Bentuk seseorang telah berhijrah dengan hati yakni tidak menyembah selain kepada Allah SWT dan hanya berdoa serta bertawakal kepada Allah SWT, seperti dalam surat (Adz-Dzariyat[51]: 50)

فَفِرُّوا إِلَى اللَّهِ إِنِّي لَكُم مِّنْهُ نَذِيرٌ مُّبِينٌ

“maka segeralah kembali kepada (menaati) Allah SWT. Sungguh, aku seorang pemberi peringatan yang jelas dari Allah untukmu.”

Gerakan keagamaan dalam bentuk hijrah merupakan bentuk transformasi keagamaan yang dilakukan dengan mengubah perilaku keagamaan dalam konteks aktivitas kelompok.<sup>24</sup> Hijrah menjadi gerakan sosial baru karena mampu mengubah generasi milenial yang semula jarang

---

<sup>24</sup> Rochimah, I, The Contribution of Social Support and Religious History on Religious Conversion: A Quantitative Study in South Tangerang. Proceedings of the International Conference on Diversity and Disability Inclusion in Muslim Societies (ICDDIMS 2017), 153, 67–72. 2018. <https://doi.org/10.2991/icddims17.2018.15>

melakukan ritual keagamaan menjadi generasi milenial yang taat beragama secara menyeluruh.<sup>25</sup>

Dalam pandangan Syaikh Sya'rawi secara garis besar, hijrah terbagi menjadi dua macam yaitu:

1. Hijrah *makaniyah* yaitu berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Contohnya peristiwa hijrahnya Rasulullah dari Makkah ke Madinah serta hijrahnya Nabi Ibrahim dan Nabi Isa.
2. Hijrah *maknawiyah* yaitu merubah diri dari yang buruk menjadi lebih baik untuk mengharap ridha Allah SWT.

Hijrah *maknawiyah* dibagi menjadi 4 diantaranya:

- a. Hijrah *I'tiqadiyah* yaitu hijrah keyakinan, ketika seorang muslim mencoba untuk meningkatkan imannya untuk menghindari kemusyrikan.
- b. Hijrah *Fikiryah* yaitu hijrah pemikiran, ketika seseorang memutuskan untuk memeriksa kembali cara berpikir Islam yang berdasarkan sabda Rasulullah dan firman Allah untuk dapat menghindari pemikiran yang salah arah.
- c. Hijrah *Syu'uriyah*, merupakan perubahan pada diri seseorang yang dapat dilihat dari penampilannya, seperti pakaian dan kebiasaan sehari-hari.
- d. Hijrah *Sulukiyyah* yaitu hijrah tingkah laku atau perubahan perilaku. Hijrah ini digambarkan sebagai tekad untuk mengubah kebiasaan dan perilaku buruk menjadi baik.<sup>26</sup>

## B. Bentuk-bentuk hijrah

Salah satu bentuk hijrah adalah hijrah makaniyah, hijrah nafsiyah dan hijrah amaliyah. Hijrah *makaniyah* adalah berpindah dari tempat yang tidak

<sup>25</sup> Zahara, M.N., Wildan, D., Komariah, S, "Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial di Era Digital", Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development, 2(1), 2020, hal 58-70.

<sup>26</sup> Budiono, A. (2019). Hijrah Dalam Perspektif Tafsir Sya'rawi: Sebuah Kajian Tafsir Tematik. *Miyah: Jurnal Stud Islam*, 15(01), 57-80

aman ke tempat yang lebih aman.<sup>27</sup> Nabi Muhammad hijrah dari Makkah ke Madinah karena penindasan tauhid dan dakwah Islam oleh kaum kafir Quraisy. Namun, tidak semua dari mereka mengambil tindakan represif dari orang-orang kafir Quraisy seperti para sahabat Abu Bakar dan Umar, tetapi semuanya diperintahkan untuk berhijrah untuk menguji keimanannya, seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an:

أَحْسِبَ النَّاسُ أَنْ يُتْرَكُوا أَنْ يَقُولُوا ءَامَنَّا وَهُمْ لَا يُفْتَنُونَ

“Apakah manusia itu mengira bahwa mereka dibiarkan (saja) mengatakan: "Kami telah beriman", sedang mereka tidak diuji lagi? (Q.S Al-'Ankabut: 2)<sup>28</sup>

Selanjutnya adalah hijrah *nafsiyah*, perubahan umum dari kekafiran menjadi keimanan. Hijrah jenis ini banyak dilakukan oleh orang-orang yang memulainya, misalnya dari mempelajari Islam, mengetahui akhlak yang baik dari umat Islam, dll. Jenis hijrah yang terakhir adalah hijrah amaliyah yaitu perubahan perilaku jahiliyah, dari perilaku yang jauh dari agama, menjadi perilaku yang diperbolehkan dalam Islam. Hijrah amaliyah berarti meninggalkan larangan yang dilarang oleh Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW menuju kepada perilaku yang diridai-Nya.<sup>29</sup>

Jenis hijrah yang terakhir adalah hijrah amaliyah, yaitu perubahan perilaku dari perilaku jahiliyah, perilaku yang jauh dari agama menuju kepada perilaku yang diperbolehkan dalam Islam. Hijrah amaliyah ini juga berarti meninggalkan segala yang dilarang oleh Allah dan Nabi Muhammad menuju kepada perilaku yang diridai-Nya.

Beberapa ulama menambahkan jenis hijrah yaitu hijrah maknawiyah. Hijrah Maknawiyah sendiri terbagi menjadi empat, yaitu hijrah i'tiqadiyah, hijrah fikriyah, hijrah syu'uriyah dan hijrah sulukiyah. Hijrah i'tiqadiyah adalah perpindahan agama. Karena keimanan seseorang naik turun,

<sup>27</sup> Busthomi Ibrohim, “Memaknai Momentum Hijrah”, *Studia Didkatika Jurnal Ilmiah Pendidikan*, Vol. 10, No. 2, Tahun 2016, 65.

<sup>28</sup> Al-Qur'an [29]: 2.

<sup>29</sup> Busthomi Ibrahim, *Memaknai Momentum Hijrah*, 71.

terkadang keimanan seseorang itu kuat dan terkadang lemah, bahkan bisa mendekati ketidakpercayaan. Untuk menghindari kekafiran, setiap orang harus bisa segera melakukan hijrah i'tiqadiyah untuk menghindari iman yang lemah. Berikutnya adalah hijrah fikriyah yang berarti perpindahan pikiran.<sup>30</sup>

Hijrah pemikiran ini adalah agar setiap orang menghindari pemikiran-pikiran yang melemahkan keyakinan, pikiran yang melemahkan keyakinan seseorang. Karena bisa jadi seseorang tidak mengetahui bahwa dirinya telah mengikuti amalan yang dapat menimbulkan kekufuran. Selanjutnya adalah hijrah syu'uriyah, yang berarti hijrah dari kesenangan. Bisa jadi seseorang dipengaruhi oleh hiburan, musik, pakaian, bacaan yang melalaikan. Maka hijrah syu'uriyah dilakukan untuk menghindari hal-hal tersebut. Dan yang terakhir adalah hijrah sulukiyah. Suluk berarti tingkah laku atau moral. Moralitas manusia tidak bisa lepas dari perubahan nilai-nilai yang mengarah pada moralitas yang buruk. Maka hijrah dilakukan untuk menghindari akhlak tercela tersebut.

Hingga saat ini, hijrah memiliki bentuk lain yang identik dengan bertobat dan penampilan, seperti pakaian, cadar, menumbuhkan janggut bagi laki-laki, dll. Di era milenial ini, fenomena migrasi dapat dengan mudah ditemui di berbagai milenium. Banyak faktor yang mempengaruhi kepindahannya, antara lain mengajak teman, putus cinta, mengalami kejadian menyedihkan, kesadaran akan kematian, dll. Hijrah ini menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan postingan dakwah, silaturahmi dan nasehat di kalangan umat Islam.<sup>31</sup>

Di milenial ini, tujuan hijrah adalah berpindah dari kehidupan lama, kebiasaan lama yang buruk, menjauh dari agama menuju kehidupan baru yang lebih baik. Karena pergaulan yang mengarah pada hal-hal negatif, hijrah menjadi solusi untuk menghindari hal-hal negatif dan tidak berguna tersebut.

---

<sup>30</sup> Fajriani, Suci Wahyu, dan Yogi Suprayogi Sugandi. "Hijrah Islami Milenial Berdasarkan Paradigma Berorientasi Identitas." *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi* 3, no. 2 (2019): 76-88.

<sup>31</sup> Syahrin, Alif Alfi, dan Bunga Mustika. "Makna Hijrah Bagi Kalangan Remaja Non Santri: Dampak Penggunaan Media Sosial." *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat* 16, no. 1 (2020): 61-72

Konsep hijrah sering diartikan sebagai perubahan cara seseorang berpakaian, menikah dan berumah tangga, dan terkesan ambigu dengan segala hiasan artifisialnya. Perdebatan tentang interpretasi, kemandirian bangsa dalam persaingan global tampaknya tidak tampak dalam pergulatan internal para “ulama online”. Hal-hal simbolis lebih mudah dijual, dibuat dan dikonsumsi serta mendatangkan banyak modal finansial dengan cepat. Hal ini lebih banyak terlihat di kalangan milenial yang tampaknya masih “takut” dengan bahasa budaya “barat” yang tanpa pembahasan dan pemahaman yang mendalam dan komprehensif dianggap identik dengan seks bebas, ateisme, kapitalisme, atau liberalisme.<sup>32</sup>

### C. Gerakan Pemuda Hijrah (Shift)

Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah atau yang biasa dikenal dengan Shift merupakan salah satu gerakan Islam dalam bidang keagamaan yang memiliki peran dan kedudukan penting bagi masyarakat, khususnya bagi para pemuda yang ingin berhijrah. Hijrah adalah jalan kemuliaan yang dilalui para nabi. Tidak hanya Nabi Muhammad SAW, Nabi Musa dan Ibrahim juga diperintahkan untuk berhijrah sebagaimana disebutkan dalam Al Quran.<sup>33</sup>



Gambar 2.1 Website Pemuda Hijrah

Shift mengemas dakwah menjadi ajakan dakwah yang ramah pemuda. Pesan tersebut kemudian disebarakan secara viral melalui media online. Shift

<sup>32</sup> Hasanah, Uswah, dan Anna Aisa. "Konsep hijrah kaum millennial (Kajian Media dan Dakwah)." *Al-MUNZIR* 14, no. 2 (2021): 137-152.

<sup>33</sup> Sari, Annisa Novia, dan Adi Bayu Mahadian. "PERILAKU KOMUNIKASI PELAKU HIJRAH: Studi Fenomenologi Pelaku Hijrah dalam Shift Gerakan Pemuda Hijrah di Kota Bandung." *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1 (2018).

Media merupakan salah satu media dakwah yang berfokus pada dakwah pemuda . Seperti yang diketahui, anak muda jaman sekarang tidak suka sesuatu yang ribet dan menyukai yang keren. Terlebih lagi, dunia modern telah membuat kehidupan modern ini menjadi mudah dan instan.<sup>34</sup>

Program kegiatan Shift Pemuda Hijrah :

1. Program rutin

- a. Kajian Rabu bersama Ustadz Hanan Attaki. Tujuan, membuat menu kajian rabu yang men-charger iman dalam menjalani aktivitas sepekan. Realisasi di Masjid Al-Lathif atau Masjid Trans Studio Bandung.
- b. Kajian Shift Weekend pada akhir pekan hari Sabtu. Tujuan, untuk menciptakan budaya baru, dimana pada hari sabtu terutama malam minggu, anak muda cenderung pergi keluar, hangout, nongkrong,, jalan-jalan, sehingga Shift menawarkan pilihan aktivitas yang lebih bermanfaat.
- c. Giving Everyday. Goals : Meramakaian Masjid Al-Lathif berupa sosial service setiap hari.<sup>35</sup>
- d. Iftar gratis, Menu buka puasa gratis setiap hari Senin dan Kamis.
- e. Kopi gratis, sabtu malam dengan konsep Coffe Shop berupa kafe dan barista.

2. Program Insidental

- a. Ngabuburide (khusus Ramadhan).
- b. Nongkrong bareng Ustadz Hanan Attaki. Konsep, Mengadakan tabligh akbar tetapi seperti konser, anak muda tertarik untuk datang.
- c. Bantuan bencana alam.
- d. Go-Shift, Kajian yang dihadirkan atas dasar ada kebutuhan dakwah di daerah tertentu.

3. Program Semi Otonom (Program yang memiliki struktur tersendiri)

---

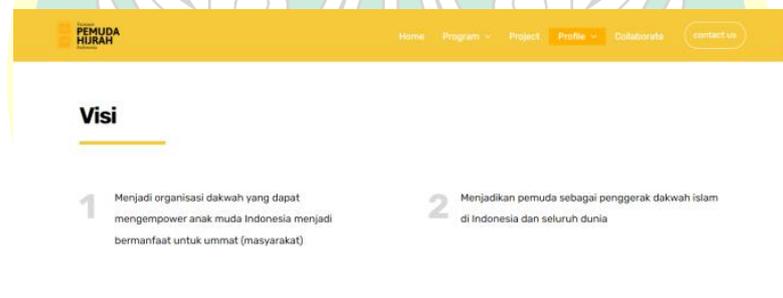
<sup>34</sup> Artina Vivi Evelia Putri, “Kontruksi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisis Wacana pada Video Dakwah di Chanel Youtube Shift Media)”, 2020, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang.

<sup>35</sup> Salsa Fauziah Zein, “Pesan dakwah Hanan Attaki dalam mempersuasi mad’u di instagram @shiftmedia.id”. Skripsi: 2021, Purwokerto, UIN Saifuddin Zuhri.

- a. Teras Tahfidz, Lembaga santri tahfidz Shift, yang bekerjasama dengan para penghafal Al-Qur'an
- b. Less Waste, Program sosial yang bergerak diarah lingkungan. Mulai dari sedekah sampah. tujuan , mengurangi pola konsumsi sampah pada anak muda.
- c. Pesan Trend.
- d. Teras Tahfidz.<sup>36</sup>

#### D. Proses Terbentuknya Gerakan Pemuda Hijrah (Shift)

Proses pembentukan *shift* pemuda hijrah oleh tiga unsur yang berbeda. unsur pertama, Ustadz Hanan Attaki dimana sebelum terbentuknya shift pemuda hijrah ini beliau sudah berkecipung di dunia dakwah selama kurang lebih delapan tahun. dalam proses terdapat kesan pribadi bahwa dakwah ini hanya gitu-gitu saja, yang hadir dikajian ini hanya segelintir orang dan secara spiritual yang datang orang-orang yang sudah alim.



Gambar 2.2 Website Pemuda Hijrah (Visi)



Gambar 2.3 Website Pemuda Hijrah (Misi)

<sup>36</sup> Salsa Fauziah Zein, "Pesan dakwah Hanan Attaki dalam mempersuasi mad'u di instagram @shiftmedia.id". Skripsi: 2021, Purwokerto, UIN Saifuddin Zuhri.

Ustadz Hanan Attaki sebenarnya berpendapat bahwa orang-orang yang berstatus muslim tetapi mereka masih belum terbimbing oleh agama, terutama di kalangan pemuda, dimana pemuda lagi bersemangat untuk mengekspresikan diri dan ketika mengepresikan diri jauh dari agama akhirnya ekspresinya keblabasan.<sup>37</sup>

Unsur kedua, datang dari DKM Masjid Al-Latief yang dipimpin oleh bapak Iman, beliau memiliki harapan yang sangat baik yaitu keinginan agar masjid Al-Latief ini dipenuhi oleh anak muda, namun ada beberapa aspek geografis dimana kondisi masjid Al-Latief ini sebagai masjid kompleks yang biasanya sering dipakai hanya untuk kegiatan warga sekitar saja.<sup>38</sup>

Unsur ketiga, datang dari tokoh pemuda kota Bandung yang diwakili oleh tokoh komunitas yang memang mengalami gelombang hijrah ini sejak tahun 2011, kemudian para tokoh pemuda Bandung ini ditegur satu-satu dan berkesinambungan sampai 2014 mereka dapat hidayah satu-satu. Ketika mengungkapkan background hijrahnya mungkin setiap orang mempunyai teguran hidayah masing-masing tetapi dari fenomena itu akhirnya punya background yang sama yaitu mereka hijrah dan dalam proses hijrah ini mereka semangat dalam mencari ilmu agama. Dan ketika proses mencari ilmu agama ini salah satu masjid yang memang enjoy buat anak-anak muda Bandung ini adalah Masjid Al-Latief. Ustadz Hanan Attaki mendekati pemuda yang sedang berdiskusi dan mengajak mereka bagaimana dakwah bisa diterima dikalangan anak muda dan disitulah mereka mnyambut baik pada akhirnya shift komunitas pemuda hijrah ini mulai terbentuk pada tahun 2014 dan di resmikan sebagai yayasan pada tahun 2015.

### **E. Faktor yang Menyebabkan Hijrah**

Hijrah dari Mekkah ke Madinah pada awalnya dianggap sebagai sejarah hijrah. Proses hijrah tidak hanya dilakukan oleh Nabi Muhammad

<sup>37</sup> Rasyiid, Raden A. Abdul, Susie Perbawasari, dan Fajar Syuderajat. "Pengelolaan Akun Instagram@ Shiftmedia.id oleh Kelompok Shift Pemuda Hijrah di Kota Bandung." *Peta: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora* 2, no. 1 (2019): 36-45.

<sup>38</sup> Muhammad Sufyan Abdurrahman,. "Generasi Muda, Agama Islam, dan Media Baru (Studi Kualitatif Perilaku Keagamaan di Shift Gerakan Pemuda Hijrah, Kota Bandung)." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 20, no. 1 (2020): 46-63.

SAW, tetapi melibatkan dan mengajak seluruh umat Islam yang semakin tertindas oleh penguasa Mekkah saat itu. Ada banyak catatan penting yang bisa dijadikan bahan renungan atas peristiwa-peristiwa penting perjalanan Islam. Pertama, hijrah merupakan perjalanan batin yang setiap orang harus mampu memaknai hijrah dengan maknanya masing-masing.<sup>39</sup>

Hijrah adalah perjalanan spiritual meninggalkan hal-hal buruk untuk kehidupan yang lebih baik, di mana setiap orang dapat menafsirkannya secara berbeda sesuai dengan keadaan pikirannya masing-masing. Kedua, Hijrah adalah pengalaman pembebasan baik secara historis maupun spiritual. Perbedaan pengalaman juga memberi arti bagi orang-orang yang berhijrah. Ketiga, niat berhijrah lebih luas adalah visi berupa niat yang matang. Hijrah tentunya tidak dapat dilakukan dengan sengaja dan optimal, karena yang dihijrah adalah yang didapat oleh para penghijrah..

Dalam sebuah hadist yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dalam kitab al-Aiman wa an-Nudzur, Nabi mengatakan:

*“Sesungguhnya amal-amal perbuatan tergantung niatnya, dan bagi tiap orang apa yang diniatinya. Barangsiapa hijrahnya kepada Allah dan rasul-Nya maka hijrahnya kepada Allah dan rasul-Nya. Barangsiapa hijrahnya untuk meraih kesenangan dunia atau menikahi wanita, maka hijrahnya adalah kepada apa yang ia hijrahi”.* (HR. Bukhari, hadits No. 6689).

Mengikuti apa yang dikatakan nabi, penting untuk menentukan niat sebelum berhijrah. Maka dari itu, di tengah urgensi hijrah saat ini, pertanyaannya adalah bagaimana hijrah bukan sekadar aktivitas strategi dan pengorbanan, melainkan tujuan utama di baliknya. Pengertian ini mengatakan bahwa pada masa Nabi, tujuan utama hijrah adalah untuk memenuhi perintah dan kewajiban agama.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Mila Nabila Zahara, Dadan Wildan, Siti Komariah, “Gerakan Hijran: Pencarian Identitas untuk Muslim Milenial di Era Digital”, Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development (IJSED) Vol. 2 Issue 1 Januari-Juni 2020, Hal 52-65.

<sup>40</sup> Ibrohim, Bustomi. "Memaknai momentum hijrah." *Studia Didaktika: Jurnal Ilmiah Bidang Pendidikan* 10, no. 02 (2016): 65-74.

Hijrah bukanlah sesuatu yang dilakukan secara instan, sebelum seseorang memutuskan untuk berhijrah, orang tersebut akan bertobat di dalam hati, meninjau, mengevaluasi, mempelajari semua kesalahan yang dilakukan di masa lalu, pada dasarnya taubat belum menjadi suatu tindakan. Pada prinsipnya pertobatan itu sederhana, hanya manusia sendiri yang mempersulit. Jika ingin bertaubat, manusia memiliki dua prasangka yaitu:

1. Menunda-nunda taubat

Keputusannya untuk bertaubat masih diragukan. Inilah salah satu hal yang membuat hijrah menjadi sulit karena manusia seringkali terdorong oleh nafsu.

2. Merasa terlalu berdosa

Asumsi seperti itu ada ketika seseorang merasa tidak pantas untuk bertaubat karena terlalu banyak dosa dan menganggap bahwa Allah SWT tidak dapat mengampuni kesalahan masa lalu.

**F. Konten Media @shiftmedia.id**

1. Pengertian Konten Media

Konten media adalah berbagai jenis atau bentuk konten atau konten yang muncul di media yang berbeda dan di dunia teknologi saat ini ada berbagai konten atau bentuk konten seperti blog, wiki, forum diskusi, chat room, tweet, podcast, pin, gambar digital, video, file audio, iklan untuk berbagai konten media lainnya yang dibuat oleh pengguna sistem atau membuat layanan online, seringkali melalui situs media sosial.<sup>41</sup>

Tentunya jejaring sosial saat ini juga mempengaruhi luasnya konten yang disajikan kepada publik. Jenis konten ini memiliki sifat dan ciri khas tersendiri tergantung dari wadah atau media sosial yang digunakan, adapun jenis konten berdasarkan tujuan diantaranya:

---

<sup>41</sup> Agustina, Lidya. "Viralitas konten di media sosial." *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa* 1, no. 2 (2020): 149-160.

a. Konten edukasi

Dalam edukasi, konten berisi tujuan informasi yang bermanfaat, tugasnya adalah memberikan nilai tambah pada konten utama.

b. Konten informative

Tujuan dari konten informasi adalah untuk menceritakan sebuah cerita, baik dalam bentuk tulisan, foto atau video. Informasi merupakan hal penting atau hal utama yang menjadi konten.

c. Konten review

Konten ulasan tentang produk atau layanan. Jenis konten ini biasanya memberikan rekomendasi kepada konsumen. Publik dengan demikian menerima informasi tambahan tentang produk atau layanan yang sedang dievaluasi.

d. Konten interaksi

Seperti namanya, jenis konten ini bertujuan untuk terlibat dengan pengguna media sosial. Pentingnya komunikasi dalam meningkatkan keterlibatan media sosial. Konten interaktif dapat berupa QnA (tanya jawab), kuis, dll.

Selain tipe konten berbasis tujuan, ada juga tipe konten berbasis bentuknya, yaitu:

a. Status

Konten paling sederhana hadir dalam bentuk status, baik itu Facebook, tweet, atau kutipan.<sup>42</sup>

b. Artikel

Artikel adalah tulisan panjang. Jenis konten ini biasanya ditemukan di blog atau situs web. Pembuat konten disebut blogger, sedangkan tulisan sebagai konten utama.

c. Foto

Foto merupakan salah satu konten visual paling populer. Konten gambar ini dapat kita temukan dengan mudah di Instagram, Facebook, dan Twitter.

---

<sup>42</sup> Lathifah Edib, *Menjadi Kreator Konten Di Era Digital*, DIVA PRESS : Yogyakarta, 2021.

d. GIF

Graphics Interchange Format adalah format gambar bergerak atau animasi sederhana. GIF sering digunakan sebagai konten antara konten utama atau pendukung.

e. Meme

Meme adalah kombinasi teks dan gambar yang mengikuti istilah bisnis. Kebanyakan meme memiliki nada komedi, menggabungkan sesuatu yang lain.

f. Infografik

Infographs adalah singkatan dari Information and Graphics. Dalam sebuah infografis, menggabungkan tulisan/teks dengan gambar/desain. Biasanya digunakan untuk memperjelas informasi agar lebih mudah dan menarik.

g. Vlog

Vlog disebut juga gambar bergerak. Konten vlog disebut-sebut sedang banyak diminati saat ini, apalagi semua orang bisa mengunggah video ke media sosial. Konten dianggap berkualitas jika topik, isi dan juga kualitas yang disajikan bagus dan menarik.

h. Podcast

Podcast tidak hanya memiliki banyak konten pendidikan, tetapi juga relatif mudah untuk didengarkan saat bepergian.

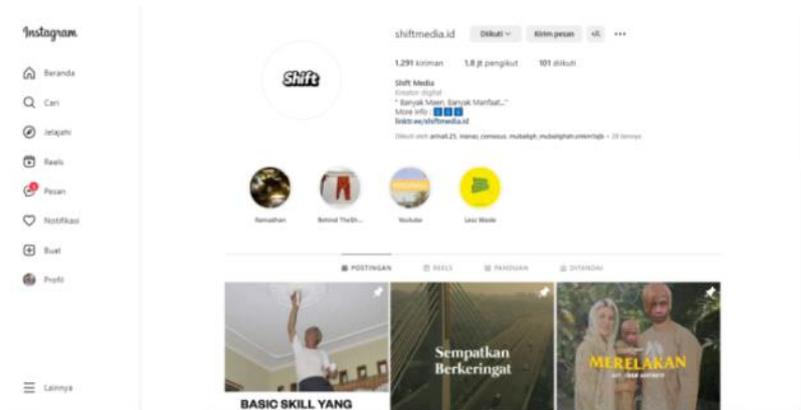
i. Live streaming

Siaran langsung berlangsung langsung dan tanpa proses pengeditan, yakni ada yang harus menyiapkan bahan terlebih dahulu, mengatur tempat, dll. Proses streaming bisa dilakukan di berbagai media sosial seperti Instagram, YouTube, dll.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Lathifah Edib, *Menjadi Kreator Konten Di Era Digital*, DIVA PRESS : Yogyakarta, 2021.

## 2. Instagram @shiftmedia.id



Gambar 2.4 Tampilan Akun Instagram @shiftmedia.id

Pemuda hijrah (Shift) merupakan salah satu gerakan dakwah di kota Bandung. Dikarenakan keprihatinan Ustadz Hanan Attaki akan jumlah jemaah mahasiswa yang sangat sedikit, khususnya para pemuda, maka didirikanlah Gerakan Pemuda Hijrah pada Maret 2015 dengan tujuan dakwah kepada para pemuda. Logo Shift sendiri merupakan simbol yang terdapat pada laptop/komputer. Tombol Shift berarti mengubah atau menggeser, dalam hal ini bergerak.

Seperti namanya Pemuda Hijrah atau Shift, bisa diartikan sebagai gerakan yang tujuannya agar generasi muda bertaubat, kembali ke jalan yang benar dengan amal kebaikan dan mencegah kemungkarannya. Itu karena anak muda bersenang-senang dengan gemerlapnya dunia. Padahal, sebagai pemuda yang baik, seseorang harus tetap mengikuti perintah dan ketetapan Allah SWT.<sup>44</sup>

Instagram Shift berisi konten yang mengajarkan kebaikan di jalan Allah SWT. Sebagian besar konten yang diposting adalah kutipan dari ceramah Ustadz Hanan Attaki, diilustrasikan dengan gambar/video ilustrasi atau penggambaran isu-isu Islam dan pemandangan alam sesuai tema dakwah.

<sup>44</sup> Septian, Angga, Puspita Asri Praceka, and Husnan Nurjuman. "KONTEN PESAN AJAKAN HIJRAH DI INSTAGRAM (Analisis Isi Akun@ shiftmedia.id)." Disertasi PhD, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2021.

Instagram @shiftmedia.id merupakan akun dakwah dimana postingannya berisi konten dakwah, Hal ini harus diperhatikan karena materi dakwah sangat berpengaruh terhadap minat generasi muda untuk mendengarkan dakwah. Konten yang diunggah harus berdasarkan Al-Quran dan Hadits.<sup>45</sup> Adapun konten dakwah terdiri dari 3 hal:

a. Aqidah

Aqidah adalah ittiqad bathiniyah dalam Islam, yang meliputi hal-hal yang erat kaitannya dengan rukun iman.<sup>46</sup> Akidah juga merupakan bagian dari ajaran Islam yang berkaitan dengan akidah, termasuk rukun iman atau apa saja yang diyakini atau diyakini menurut ajaran al-Qur'an dan al-Sunnah.

Secara bahasa, akidah berarti sesuatu yang mengikat. Iman manusia adalah iman yang mengikat hatinya dari segala keraguan. Jika akidah menurut terminologi agama, yaitu beriman kepada Allah, malaikat, kitab-kitab, rasul, hari kiamat dan beriman kepada takdir Allah baik dan buruk disebut rukun.<sup>47</sup>

Ada dua hal pokok dalam hukum Islam. Pertama: Aqidah, yaitu keyakinan terhadap rukun iman, bersemayam di dalam hati dan tidak ada hubungannya dengan amal (ibadah). Bagian ini disebut asas atau asas. Kedua: Perbuatan yaitu amal atau ibadah seperti shalat, puasa, zakat dan segala bentuk ibadah disebut cabang. Nilai perbuatan ini baik atau buruk, diterima atau tidak, tergantung pada yang pertama. Allah SWT berfirman dalam surat Yunus : 3

---

<sup>45</sup> M. Ritonga, Komunikasi Dakwah Zaman Milenial Muslimin Ritonga. *Jurnal Komunikasi Islam*, 2019, Vol.3(1).

<sup>46</sup> Muhammad Alim, Pendidikan Agama Islam: Upaya Pembentukan Pemikiran dan Kepribadian Muslim (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), hal. 124

<sup>47</sup> Nurhayati, "Akhlak dan Hubungannya Dengan Aqidah Dalam Islam." *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam* 4, no. 2 (2014): 289-309.

إِنَّ رَبَّكُمْ اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ اسْتَوَىٰ عَلَىٰ  
الْعَرْشِ يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مَا مِنْ شَفِيعٍ إِلَّا مِنْ بَعْدِ إِذْنِهِ ذَلِكُمْ اللَّهُ رَبُّكُمْ فَأَعْبُدُوهُ أَقْلًا  
تَذَكَّرُونَ

“Sesungguhnya Tuhan kamu ialah Allah Yang menciptakan langit dan bumi dalam enam masa, kemudian Dia bersemayam di atas 'Arsy untuk mengatur segala urusan. Tiada seorangpun yang akan memberi syafa'at kecuali sesudah ada izin-Nya. (Dzat) yang demikian itulah Allah, Tuhan kamu, maka sembahlah Dia. Maka apakah kamu tidak mengambil pelajaran?”<sup>48</sup>

Allah berfirman pula dalam surat Al-Baqarah : 186

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ ۖ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي  
وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ

”Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, maka (jawablah), bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran.”<sup>49</sup>

Akidah adalah keyakinan hidup manusia.<sup>50</sup> Manusia membutuhkan keyakinan hidup sebagai pedoman hidup untuk mengarahkan tujuan hidupnya sebagai makhluk kodrati. Panduan hidup ini juga digunakan sebagai dasar untuk semua aktivitas manusia.

#### b. Syari'ah

Secara bahasa, syariat berarti adat istiadat, aturan, peraturan atau hukum Allah SWT. Syariah secara konseptual didefinisikan sebagai aturan atau hukum Allah, yang meliputi tata cara mengatur perilaku hidup manusia dalam hubungannya dengan Allah, sesama manusia, dan lingkungan alam untuk mencapai keridhaan Allah,

<sup>48</sup> Q.S Yunus: 3

<sup>49</sup> Q.S Al-Baqarah[2]: 186

<sup>50</sup> Amri, Muhammad, La Ode Ismail Ahmad, dan Muhammad Rusmin. "Aqidah Akhlak." 2018.

yaitu keselamatan di dunia dan akhirat. Misi dan peran Syariat Islam adalah membimbing manusia untuk meraih ridha Allah berupa kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Kata syari'ah berkembang menjadi istilah "hukum Islam" karena pemberi hukum yang sebenarnya adalah Allah SWT. Pada saat yang sama, hukum Islam bagi Schacht berarti semua perintah Tuhan dan kitab yang memandu setiap aspek kehidupan setiap Muslim. Muhammad Muslihuddin dalam bukunya "Filsafat Hukum Islam" memberikan pengertian hukum Islam sebagai perintah Allah yang diturunkan kepada Muhammad SAW..<sup>51</sup>

Hukum Islam lebih lanjut menuntut pelestarian melalui manifestasi (Tahqiq) dan rezeki (Muhafazhoh) melalui ibadah hamba. Istilah ibadah begitu akrab dengan istilah "abd" yang berarti hamba. Ingatlah bahwa tugas terpenting seorang hamba Allah adalah menyembah Khaliq. Adapun sumber-sumber syari'ah yakni:

1) Al-Qur'an

Al-Qur'an menurut bahasa Quran yang berarti bacaan (dari qaraa: membaca). Al-Quran merupakan kumpulan wahyu Allah SWT yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW yang disusun menjadi kitab suci sebagai pedoman bagi umat manusia. Terkait risalah Nabi Muhammad SAW, Al-Quran melakukan mukjizat dengan melemahkan argumen-argumen yang menentang kerasulan Nabi Muhammad SAW dan kebenaran Islam.

2) Al-Hadist

Hadits adalah sumber hukum Islam (petunjuk hidup kedua bagi umat Islam setelah Al-Quran). Mereka yang meyakini al-Qur'an sebagai sumber hukum, otomatis juga meyakini bahwa hadits juga merupakan sumber hukum Islam. Jika Hadits bukan sumber hukum, umat Islam menghadapi kesulitan mengenai

---

<sup>51</sup> Syahidin, et al., *Moral Dan Kognisi Islam: Buku Teks Pendidikan Agama Islam Untuk Perguruan Tinggi*, cet. ke-3, (rev. ed.; Bandung: CV. Alfabeta, 2009), hal. 115

shalat, jumlah dan aturan zakat, menunaikan haji, dll.<sup>52</sup> Karena ayat-ayat Alquran dalam hal ini hanya berbicara secara global dan umum, dan yang menjelaskan lebih tepatnya adalah Hadis.

### 3) Ijtihad (*ra'yu*)

Ar-*ra'yu* berasal dari *ra'a* yang berarti melihat. Jadi kata *ra'yu* dapat diartikan sebagai penglihatan. Tetapi penglihatan di sini mengacu pada penglihatan indrawi, bukan penglihatan mata, meskipun penglihatan sering berperan dalam perkembangan penglihatan indrawi, seperti pendengaran, sentuhan, perasaan, dll.<sup>53</sup>

*Ra'yu* terbentuk sebagai hasil dari proses yang terjadi pada otak manusia setelah menerima masukan pertama. Masukan ini dapat terjadi sebelum proses berpikir atau saat proses berpikir sedang berlangsung. Pengertian ijtihad dari segi bahasa (etimologis) adalah bentuk masdhar dari ijtihad (bahasa Arab) yang berasal dari kata *jahada*, *juhudan*, *jihadan*, yang berarti berusaha atau bersungguh-sungguh.<sup>54</sup>

Dalam arti luas, ijtihad mengarahkan seluruh kemampuan untuk mencapai sesuatu yang diharapkan. Dalam pengertian ini, ijtihad mencakup segala usaha manusia yang sulit di dunia ini untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dalam pembahasan yang sama di sini, ijtihad dimaksudkan dalam pengertian yang agak sempit, yakni dalam kaitannya dengan hukum Islam (Fiqh). Dalam pengertian ini, ijtihad dimaknai sebagai pengerahan seluruh kemampuan yang ada pada seorang

<sup>52</sup> Abd Rahman Fasi. "Dasar-Dasar Pendidikan Islam Dalam Tinjauan al-Qur'an Dan Al-Hadist." *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan Islam* 14 (2016).

<sup>53</sup> Abd Wafi Has. "Ijtihad Sebagai Alat Pemecah Masalah Umat Islam." *Koleksi Penelitian IAIN Tulungagung* 8, no. 1 (2013): 89-112.

<sup>54</sup> A. R. Idham Khalid, *Akar-Akar Dakwah Islamiyah: (Akidah, Ibadah, dan Syari'ah)*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi, vol. 8 No 1, 2017.

faqih (ahli hukum Islam) untuk menyusun istimba hukum mengenai dalil-dalil tafshill (dihancurkan).

Ijtihad ini dilakukan ketika tidak ada ayat Al-Qur'an dan Hadits yang jelas atau mutlak. Proses ijtihad ini juga terjadi dalam penafsiran Al-Qur'an dan Hadits.

#### 4) Muamalah

Secara bahasa, muamalah berasal dari *amala*, *qailui*, *muamalat*, yang artinya memperlakukan atau bertindak terhadap orang lain, hubungan kepentingan. Muamalah adalah semua aturan yang mengatur hubungan antar manusia, baik seagama maupun tidak, antara manusia dengan kehidupannya, dan antara manusia dengan lingkungannya. Dan Allah SWT juga memerintahkan manusia untuk berkomunikasi dan bermuamalah, bertebaran di muka bumi untuk mencari rizki Allah.<sup>55</sup> Jika aqidah itu dimiliki dan dijalankan oleh umat, maka kedua hal tersebut harus dipenuhi dengan sebaik-baiknya, sehingga diperlukan suatu peraturan untuk mengatur semua itu. Nama aturannya adalah Muamalah.

Muamalah adalah semua aturan Islam yang mengatur hubungan manusia. Muamalah dikatakan berjalan dengan baik jika memiliki dampak sosial yang baik. Muamalah adalah hukum syariah yang berkaitan dengan urusan dunia dan kehidupan manusia, seperti jual beli, bisnis, dan lain-lain. Ibadah harus dipandu oleh sumber-sumber ajaran kuno. Quran dan Al-Sunnah, yaitu harus ada keteladanan (perintah dan amalan) Nabi Muhammad SAW. Konsep ibadah ini didasarkan pada kata *mamnu'* (terlarang atau haram).

Ibadah ini meliputi shalat, zakat, puasa dan haji antara lain. Sedangkan masalah mu'amalah (hubungan kita dengan sesama manusia dan lingkungan), masalah dunia seperti makan dan minum, pendidikan, organisasi dan iptek didasarkan pada prinsip "boleh".

---

<sup>55</sup>.Eka Sakti Habibullah. "Prinsip-Prinsip Muamalah dalam Islam." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 01 (2018): 25-48.

(jaiz) sampai dilarang keras oleh Allah dan Rasul-Nya. Mengenai hal di atas (mu'amalah),<sup>56</sup> Nabi Muhammad SAW mengatakan:

*“Bila dalam urusan agama (aqidah dan ibadah) Anda contohlah saya. Tapi, dalam urusan dunia Anda, (teknis mu'amalah), Anda lebih tahu tentang dunia Anda.”*

Dalam ibadah, sangat penting untuk mengetahui apakah Nabi SAW pernah mengajarkan petunjuk atau contoh tata cara atau aturan. Jika tidak ada, maka perbuatan yang kita lakukan dalam sujud termasuk bid'ah, dan setiap perbuatan bid'ah adalah dhalalah (kesalahan). Tujuan mu'amalah itu sendiri adalah untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara manusia sehingga lahir masyarakat yang rukun dan damai, karena saling membantu adalah standar dalam mu'amalah, yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam.

Sebagaimana yang tercantum dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 2 yang artinya : “dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.”<sup>57</sup> Dalam surat Al-Maidah ayat 2, beliau memerintahkan para hambanya yang beriman untuk saling membantu dalam kebaikan dan ini disebut (al-birr) dan penolakan terhadap kejahatan, yaitu takwa. Dan Allah melarang mereka untuk saling mendukung dengan melakukan kejahatan, kebohongan dan kesalahan dan melanggar hukum menurut agama Islam.<sup>58</sup>

Menurut Imam Ibnu Qayyim Rahimahullah, ayat yang mulia ini mengandung segala macam manfaat bagi para hamba di dunia dan di akhirat dan bersama mereka dan sesamanya atau Tuhannya. Karena seseorang tidak bisa lepas dari dua kewajiban, yaitu

---

<sup>56</sup> Harisah. "Konsep Islam Tentang Keadilan Dalam Mu'amalah." *Syar'ie: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam* 3, no. 2 (2020): 172-185.

<sup>57</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta : Penerbit Sahifa, 2014)

<sup>58</sup> Ahmad Wardi Muslich, Fiqh Mu'amalat, Cet ke-II, (Jakarta: Amzah, 2013), Hlm.1

kewajiban hablu minallah yaitu hubungan dengan Tuhan, dan kewajiban hablu minannas sebagai makhluk sosial kepada sesama.

Lebih lanjut beliau menjelaskan bahwa hubungan dengan orang lain dapat digambarkan dalam bentuk persahabatan, gotong royong dan persahabatan. Hubungan ini harus dibangun agar kita dapat mencari keridhaan Allah dan menaati-Nya. Inilah puncak kebahagiaan hamba. Kebahagiaan tidak lain adalah realisasinya, dan kebaikan serta kesalehan adalah inti dari agama ini.<sup>59</sup>

Mengenai hal-hal yang dilarang oleh muamalah melalui media sosial sebagaimana yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia adalah:

- a. Melakukan *ghibah*, *fitnah*, *namimah*, dan penyebaran permusuhan.
- b. Melakukan bullying, ujaran kebencian, dan permusuhan atas dasar suku, agama, ras, atau antar golongan.
- c. Menyebarkan *hoax* serta informasi bohong meskipun dengan tujuan baik, seperti info tentang kematian orang yang masih hidup.
- d. Menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan, dan segala hal yang terlarang secara syar'i.
- e. Menyebarkan konten yang benar tetapi tidak sesuai tempat dan/atau waktunya.<sup>60</sup>

Konten dakwah yang disampaikan oleh @shiftmedia.id di Instagram, konten dakwah juga harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan berdasarkan permasalahan yang dihadapi sehingga dakwah menjadi solusi dan jawaban dari permasalahan. Saat ini ada tiga indikator untuk memandu dakwah yaitu menjadikan dakwah sebagai objek ilmu yang dapat dikembangkan dan dipelajari sesuai

<sup>59</sup> Samsul Munir Amin, Ilmu Akhlak, Cet ke-I, (Jakarta: Amzah, 2016), Hlm.183

<sup>60</sup> Lihat <http://mui.or.id/id/category/produk/fatwa/No.24> Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial. Diakses pada tanggal 21 April 2023, Pukul 19:30 WIB.

dengan permasalahan dan kebutuhan masyarakat, kemudian menggabungkan teori ilmu komunikasi dengan dakwah yang bersumber dari ajaran Islam dan mengubah paradigma dakwah menjadi ilmu komunikasi Islam.<sup>61</sup>



---

<sup>61</sup> A. Basit, *Dakwah Cerdas di Era Modern*, 2013, 03(01), hal 2088–6314.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif menitikberatkan pada data soft berupa gambar, kata, kalimat, foto, symbol dan tanda lainnya, dan dengan tujuan untuk memperoleh dan mengungkap makna dari informasi yang diperoleh. Analisis dilakukan dengan cara mengekstrasi atau menggeneralisasikan bukti dan informasi yang koheren dan konsisten.<sup>62</sup> Penelitian kualitatif menekankan pengidentifikasian informasi berdasarkan apa yang partisipan atau sumber informasi katakan, rasakan, dan lakukan.<sup>63</sup>

Sasaran dari penelitian ini adalah tentang pendapat mahasiswa fakultas dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto terhadap konten pemuda hijrah di jejaring sosial instagram @shiftmedia.id. Metode kualitatif mencoba menginterpretasikan makna dari suatu kejadian atau kejadian yang disusun oleh seseorang dalam keadaan tertentu menurut pendapat peneliti sendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan atau memahami topik penelitian secara mendalam.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologis. Dasar dari hal tersebut adalah ketertarikan peneliti untuk mengkaji lebih dalam tentang fenomena yang dialami para informan. Fenomenologi juga diartikan sebagai cara berpikir yang menekankan fokus pada pengalaman dan cerita subyektif manusia serta interpretasi realisasi di dunia.<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup> Yuliana Rakhmawati, Metode Penelitian Komunikasi, CV. Putra Media Nusantara (PMN), 2019.

<sup>63</sup> Zuchri Abdussamad, Metode Penelitian Kualitatif, Syakir Media Pers, 2021.

<sup>64</sup> Rorong, Michael Jibrael. *Fenomenologi*. Deepublish, 2020.

## B. Tempat dan Waktu Penelitian

### a. Tempat Penelitian

Tempat yang peneliti gunakan adalah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

### b. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Januari sampai Maret 2023.

Time Scedule Penelitian

No	Kegiatan	Januari	Februari	Maret	April
1.	Studi Pendahuluan				
2.	Mengumpulkan Referensi				
3.	Menentukan Responden				
4.	Pengumpulan data				
5.	Observasi				
6.	Wawancara				

Tabel 3.1 Time Schedule Penelitian

## C. Sumber Data

Mengenai sumber data, penulis melihat data di sini, membaginya menjadi dua bagian, yaitu. data primer dan data sekunder.<sup>65</sup>

### a. Data primer

Sumber data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian. Sumber utama dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto dan pendapat mahasiswa tentang konten pemuda hijrah di Instagram @shiftmedia.id.

### b. Data sekunder

Sumber data yang diperoleh secara tidak langsung. Sumber data sekunder untuk penelitian ini adalah dari konten dakwah pemuda hijrah di Instagram @shiftmedia.id.

<sup>65</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2012), 139-141.

#### D. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah 4 mahasiswa yang telah disurvei sebelumnya pada bulan Januari 2023, mahasiswa tersebut adalah Sholehah Sabaniati, Uswatun Hasanah, Halfa Nida Faatzar, dan Mariska Nurlatifah. Mahasiswa yang terpilih merupakan pengikut atau followers terlama, sedang objek penelitian ini adalah pendapat mahasiswa terhadap konten pemuda hijrah di jejaring sosial instagram @shiftmedia.id.

#### E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah metode atau strategi yang digunakan peneliti untuk memperoleh data. Data dikumpulkan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk memenuhi tujuan penelitian, dan informasi yang dikumpulkan kemudian digunakan untuk membuktikan hipotesis. Wawancara (wawancara mendalam), observasi, dan dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data untuk penelitian ini.<sup>66</sup>

##### a. Wawancara (*in-depth interview*)

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih secara langsung untuk tujuan tertentu. Dalam teknik ini, peneliti bertindak sebagai pewawancara dan narasumber, sedangkan yang diwawancarai bertindak sebagai responden, dan informasi yang dikumpulkan dari wawancara disusun kembali dan diproses.

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara mendalam. Peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi yang luas dan mendetail tentang reaksi responden terhadap objek yang diteliti. wawancara mendalam dilakukan peneliti kepada informan yaitu mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2019 dan 2020 sebagai sebuah metode pengumpulan data primer. Pemilihan informan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang lengkap mengenai subjek masalah yang diteliti, sehingga peneliti dapat memperoleh data-data yang mendukung keabsahan hasil penelitian.

---

<sup>66</sup> Mudjia Rahardjo. "Metode pengumpulan data penelitian kualitatif." (2011).

Untuk memudahkan pengujian data untuk kebenaran dan penanganan analisis data.

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan sistematis dan pencatatan gejala yang terjadi pada objek yang diteliti. Tujuannya untuk menggambarkan suatu objek peristiwa melalui pengamatan menggunakan panca indera.

Observasi langsung digunakan dalam penelitian ini, dimana peneliti secara langsung menginformasikan kepada informan atau audiens yang sedang diamatinya, sehingga seluruh proses penelitian dapat diketahui.<sup>67</sup> Menerapkan teknik observasi, peneliti langsung mengunjungi lokasi penelitian UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang benar dan akurat sesuai dengan kenyataan yang diamati oleh peneliti.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berupa gambar, sketsa, gambar hidup, seperti foto, dan lain-lain. Penulis menggunakan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data dan mendokumentasikan konten pemuda hijrah di jejaring sosial instagram @shiftmedia.id dan informasi yang didapat dari informan.

**F. Analisis Data**

Analisis data adalah suatu proses, mengolah data, mengubahnya menjadi informasi, proses ini dilakukan sedemikian rupa sehingga karakteristik informasi tersebut menjadi lebih mudah dipahami dan digunakan, terutama sebagai solusi dari suatu masalah yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan deskriptif, dimana prosedur pemecahan masalah diselesaikan dengan menggunakan keadaan objek atau subjek yang diteliti, bisa berupa orang, institusi, komunitas, masyarakat, dan lainnya yang signifikan atau berdasarkan fakta yang tampak. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan model analisis data kualitatif

---

<sup>67</sup> Hasyim Hasanah. "Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial)." *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): 21-46.

model milik Miles dan Huberman. Langkah analisis data menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:

#### 1. Reduksi data

Reduksi data adalah proses penyederhanaan, pengklasifikasian, dan penghilangan informasi yang tidak perlu sehingga dapat dihasilkan informasi yang berarti dari data tersebut dan dapat ditarik kesimpulan dengan lebih mudah. Jumlah dan kompleksitas data yang besar membutuhkan analisis data melalui fase reduksi. Langkah pengurangan ini dilakukan untuk memilih apakah informasi tersebut relevan atau tidak dengan tujuan akhir.<sup>68</sup>

Pada tahapan ini, peneliti menyimpan arsip atau menotat informasi yang diperoleh dari mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto ke dalam berupa catatan-catatan penting, kemudian catatan-catatan tersebut dikategorikan masing-masing informasi yang relevan sesuai dengan fokus masalah penelitian. Jika data salah atau tidak sesuai dengan topik permasalahan, sebaiknya dipisahkan menjadi file tersendiri, agar tidak bingung saat analisis data.

#### 2. Display data

Display data atau penyajian data adalah tindakan mengatur sekumpulan data dengan cara yang sistematis dan mudah dipahami yang memungkinkan penarikan kesimpulan. Penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif (berupa catatan lapangan), matriks, bagan, jaringan atau diagram. Saat menyajikan data, data diorganisasikan dan kemudian disusun menjadi pola relasional untuk memudahkan pemahaman.

Informasi yang diperoleh dalam penelitian kualitatif biasanya bersifat naratif dan terdiri dari beberapa informasi. Untuk memudahkan pengelompokan data, diperlukan penyajian data secara efisien dan benar. Penyajian materi, peneliti mendeskripsikan dan mendeskripsikan secara terstruktur dan kolektif, sehingga informasi yang diperoleh tersusun

---

<sup>68</sup> Ahmad Rijali. "Analisis data kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 81-95.

secara sistematis dan mampu menjelaskan atau menjawab topik permasalahan yang diteliti.

### 3. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data merupakan langkah terakhir yang dilakukan ketika hasil reduksi data masih menunjukkan tujuan analisis yang dapat dicapai. Pada fase ini tujuannya adalah untuk menemukan makna dari informasi yang dikumpulkan dengan mencari kaitan, kesamaan atau perbedaan, serta menarik kesimpulan dan jawaban dari permasalahan yang ada.<sup>69</sup>

Adanya kesimpulan menandakan bahwa analisis yang dilakukan sudah terverifikasi karena menerima observasi dan memberikan kesimpulan dari penelitian. Pengambilan kesimpulan tidak hanya tergesa-gesa dan menimbulkan ketidakakuratan, tetapi keabsahan data yang dianalisis harus diuji kembali dengan brainstorming ide dan diskusi dengan pihak lain, menerapkan proses triangulasi untuk sampai pada kebenaran ilmiah. Setelah proses selesai, peneliti menarik kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan dalam beberapa tahap. Kesimpulan dibuat sebagai tinjauan deskriptif naratif dan laporan penelitian.

---

<sup>69</sup> Ahmad Rijali. "Analisis data kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 81-95.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Fakultas Dakwah**

Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri (UIN Saizu) beralamat di Jalan Ahmad Yani No 40A, Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Awal berdirinya Jurusan Dakwah STAIN Purwokerto pada tahun 1997 dilandasi oleh komitmen untuk memberikan warna dan berkontribusi dalam pengembangan dakwah Islam baik secara teoritis maupun praktis. Upaya ini ditempuh dengan menyiapkan para ahli dan praktisi di bidang dakwah yang mampu menguasai berbagai bidang. Pendekatan melalui lisan, tulisan, dan tindakan nyata.

Setelah terjadinya perubahan kelembagaan dari STAIN menjadi IAIN Purwokerto (2014), dan kemudian menjadi UIN (2021), maka Jurusan Dakwah berubah nama menjadi Fakultas Dakwah Prof K.H. Saifuddin Zuhri dengan dua Jurusan dan empat Program Studi, yaitu:

1. Jurusan Konseling dan Pengembangan Masyarakat, terdiri dari dua program studi, yaitu Bimbingan dan Konseling Islam (BKI) dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
2. Jurusan Komunikasi dan manajemen, terdiri dari dua program studi, yaitu Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dan Manajemen Dakwah (MD)<sup>70</sup>

Visi: “Menjadi Fakultas yang Unggul, Progresif, dan Integratif dalam Pengembangan Ilmu Dakwah di Tahun 2040.”

Misi:

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ilmu dakwah yang unggul;
2. Melakukan penelitian di bidang ilmu dakwah secara progresif dan integratif berbasis nilai keislaman, lokalitas, dan keindonesiaan;
3. membuat model pengabdian masyarakat berbasis ilmu dakwah;

---

<sup>70</sup> <https://dakwah.uinsaizu.ac.id/sejarah/> tentang sejarah fakultas dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, diakses pada tanggal 1 mei 2023.

4. Membangun kerjasama dengan berbagai lembaga (stakeholder) secara produktif untuk meningkatkan kualitas pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.<sup>71</sup>



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Dakwah

Dalam penelitian ini terdapat empat mahasiswa sebagai subjek yang mewakili dari masing-masing prodi di Fakultas Dakwah yakni BKI, KPI, MD, dan PMI.

## B. Gambaran Umum Subjek Mahasiswa

### 1. Subjek Pertama

Nama : Sholehah Sabaniyati  
 Umur : 23 Tahun  
 Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam, angkatan 19  
 Asal Kampus : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto  
 Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
 Ideologi : Muhammadiyah  
 Akun ig : @sholehahsabaniati  
 Followers akun @shiftmedia.id dari tahun 2018-sekarang.

### 2. Subjek Kedua

Nama : Halfa Nida Faatzar  
 Umur : 22 Tahun

<sup>71</sup> <https://dakwah.uinsaizu.ac.id/profil/profil-fakultas/> tentang profil fakultas dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, diakses pada tanggal 30 Mei 2023

Prodi : Manajemen Dakwah, angkatan 2020  
 Asal Kampus : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto  
 Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
 Ideologi : Muhammadiyah  
 Akun Ig : @halfanidaft  
 Followers akun @shiftmedia.id dari tahun 2019-sekarang.

### 3. Subjek Ketiga

Nama : Uswatun Hasanah  
 Umur : 23 Tahun  
 Prodi : Bimbingan dan Konseling Islam, angkatan 19  
 Asal Kampus : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto  
 Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
 Ideologi : Nahdatul Ulama  
 Akun Ig : @uswatunhasanahh\_h  
 Followers akun @shiftmedia.id dari tahun 2018-sekarang.

### 4. Subjek Keempat

Nama : Mariska Nurlatifah  
 Umur : 22 Tahun  
 Prodi : Pengembangan Masyarakat Islam, angkatan 20  
 Asal Kampus : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto  
 Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
 Ideologi : Nahdatul Ulama  
 Akun Ig : @mariskanurlatifah  
 Followers akun @shiftmedia.id dari tahun 2018-sekarang.

## C. Gambaran Umum Instagram @shiftmedia.id

### 1. Fouder Shift (Pemuda Hijrah)

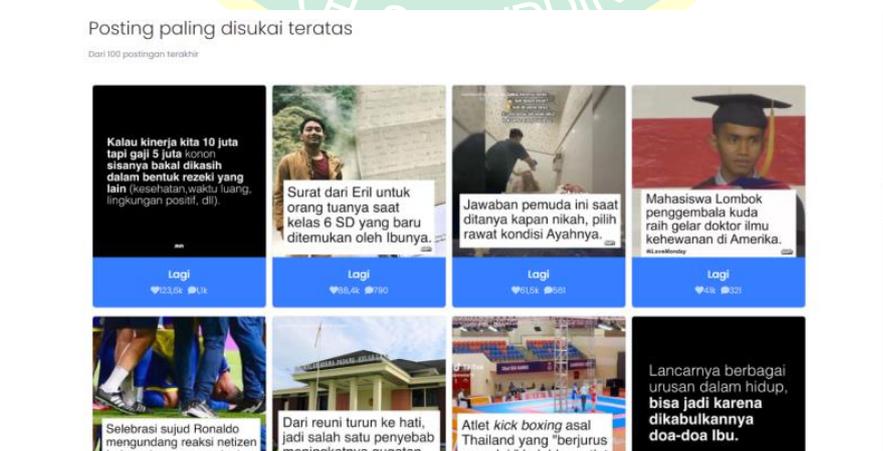
Seorang pendiri adalah orang yang pertama kali muncul dengan ide untuk memulai sebuah perusahaan atau organisasi. Pendiri Shift (Pemuda Hijrah) adalah Ustadz Hanan Attaki. Beliau adalah seorang pendakwah yang dekat dengan kaum muda dengan tampilan yang modern, fokus utama khotbahnya adalah kaum muda.

Ustadz Hanan Attaki (atau yang biasa disebut UHA) dengan nama lengkap Teungku Hanan Attaki, Lc. Beliau lahir di Banda Aceh pada tanggal 31 Desember 1981. Orang tua Ustadz Hanan Attaki memberikan pembelajaran mengenai Al-Qur'an sejak kecil. Beliau lulus dari Pondok Pesantren Ruhul Islam di Banda Aceh pada tahun 2000. Sebagai santri berprestasi, Ustadz Hanan Attaki mendapatkan beasiswa untuk belajar di Universitas Al-Azhar di Kairo, Mesir. Beliau menempuh pendidikan di Fakultas Ushuluddin Jurusan Tafsir al-Qur'an hingga pada tahun 2004 diberi gelar Lc (licence). Setelah menyelesaikan studinya di Mesir, Ustadz Hanan Attaki kemudian kembali tinggal di Indonesia yaitu di Kota Bandung bersama dengan keluarga kecilnya.

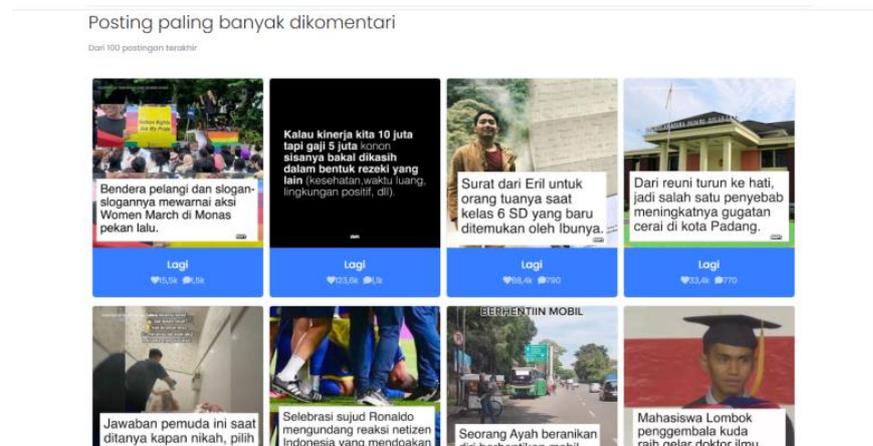
Di Kota Bandung, beliau bekerja sebagai pengajar di Sekolah Tafsir Qur'an (STQ) Habiburrahman dan Jendela Hati serta direktur di Rumah Qur'an Salman di Institut Teknologi Bandung (ITB). Melalui aktivitas rutinnnya, beliau menginisiasi pembentukan Gerakan Pemuda Hijrah pada bulan Maret 2015 dan menjadikan gerakan tersebut sebagai alat dakwah. Beliau dan rekan-rekannya mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah dengan tujuan untuk mengajak sasaran dakwahnya, yaitu kaum muda atau kalangan muda-mudi untuk belajar Islam secara bersama-sama.

## 2. Like dan Komentor dari akun @Shiftmedia.id

### a. Jumlah like dan komentar terbanyak



Gambar 4.3 Analisis Profil Instagram @shiftmedia.id Like Terbanyak



Gambar 4.4 Analisis Profil Instagram @shiftmedia.id Komentar Terbanyak

Postingan yang memiliki like banyak rata-rata berisi informasi yang sedang trend atau hangat diperbincangkan, namun tetap ada unsur dakwah didalamnya.<sup>72</sup> Saat ini terdapat indikator yang dapat dijadikan pedoman dakwah yaitu dakwah dapat menjadi objek ilmu yang dapat dikembangkan dan dikaji sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan masyarakat, kemudian dihubungkan dengan teori komunikasi. sains teori dakwah yang bersumber dari ajaran Islam, dan mentransformasikan paradigma ilmu dakwah menjadi ilmu komunikasi Islam.<sup>73</sup> Hal tersebut menjadi salah satu faktor sebuah postingan digemari dan menarik menurut followers, dimana cara kerja algoritma instagram tujuannya untuk menampilkan konten yang paling sesuai dan menarik bagi pengguna, dengan harapan meningkatkan keterlibatan pengguna dan menjaga mereka tetap aktif di platform.<sup>74</sup>

b. Followers akun instagram @shiftmedia.id

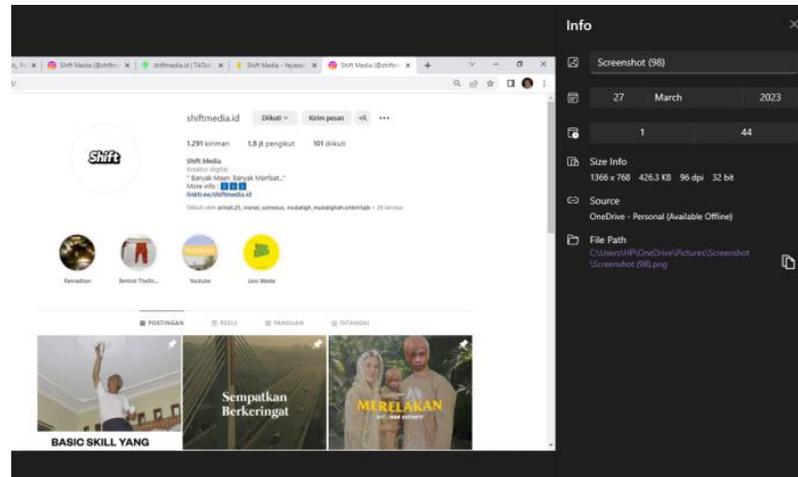
Instagram @shiftmedia.id adalah akun media sosial gerakan pemuda hijrah shift yang memiliki semboyan “*banyak maen, banyak manfaat, banyak pahala, sedikit dosa..*”. Jumlah pengikutnya kini

<sup>72</sup> <https://toolzu.com/profile-analyzer/instagram/> analisis profil instagram @shiftmedia.id, diakses pada tanggal 30 mei 2023

<sup>73</sup> A. Basit, Dakwah Cerdas di Era Modern, 2013, 03(01), hal 2088–6314.

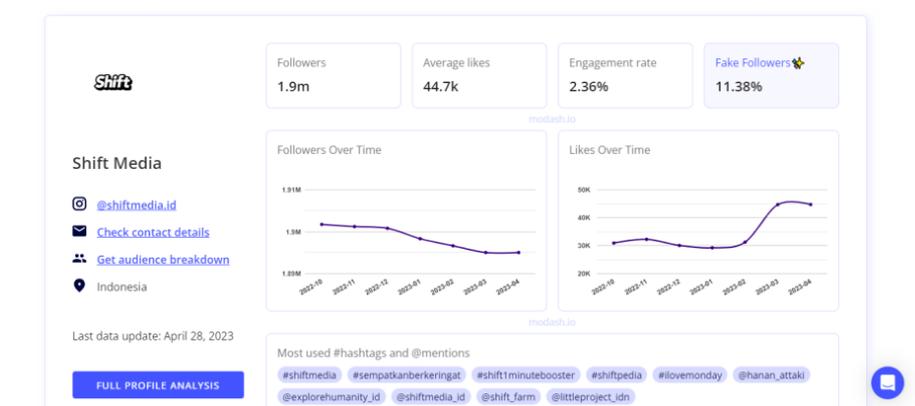
<sup>74</sup> <https://redcomm.co.id/knowledges/8-tips-bekerja-dengan-algoritma-instagram> diakses pada tanggal 30 Mei 2023.

mencapai 1,8 juta dengan 1.291 postingan, dan akun tersebut mengikuti 101 akun Instagram dari Januari-Maret 2023.



Gambar 4.5 Profil Instagram @shiftmedia.id pada Maret 2023

Media sosial *shift* memiliki eksistensi tinggi pada tahun 2019 tidak heran hampir semua kalangan remaja mengetahui media tersebut dengan kurun waktu kurang lebih 4 tahun pengikut akun @shiftmedia.id mencapai 1,9 juta followers. Namun beriringnya waktu banyak pesaing media yang menyuguhkan konten yang hampir mirip seperti *shift* lambat laun hingga tahun ini 2023 media tersebut mengalami penurunan followers.



Gambar 4.6 Hasil Analisis Akun Instagram @shiftmedia.id

Berdasarkan analisis yang dilakukan memperlihatkan bahwa followers akun instagram @shiftmedia.id menurun dari bulan Januari-Maret 2023, dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Pada bulan Januari 2023 followers berjumlah 1,898,291 juta.
- 2) Pada bulan Februari 2023 followers berjumlah 1,896,608 juta.
- 3) Pada bulan Maret 2023 followers berjumlah 1,895,006 juta.<sup>75</sup>

#### **D. Pendapat Mahasiswa Fakultas Dakwah Terhadap Konten Pemuda Hijrah di Jejaring Sosial Instagram @shiftmedia.id**

Pendapat mahasiswa adalah gagasan atau pikiran mahasiswa yang menjelaskan preferensi atau kecenderungan tertentu terhadap ideologi dan cara pandang tidak objektif. Pendapat mahasiswa dalam penelitian ini yaitu sebuah pemikiran mengenai kecenderungan atau preferensi terhadap sebuah konten pemuda hijrah di jejaring sosial @shiftmedia.id.

Pada bagian ini peneliti akan menyampaikan temuan dalam analisis data pada penelitian ini ialah terkait pendapat mahasiswa fakultas dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto terhadap konten pemuda hijrah di jejaring sosial instagram @shiftmedia.id yaitu:

1. Konten media @shiftmedia.id
  - a. Edukatif

Berdasarkan pendapat informan yang telah diwawancarai, konten dalam instagram @shiftmedia.id terdapat postingan yang didalamnya berisi edukasi bagi publik, yakni konten edukasi yang disertai dengan unsur dakwah didalamnya. Konten edukatif ditujukan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan kepada khalayak yang bermanfaat.

*“beberapa saya melihat konten di @shiftmedia.id yang berisi edukasi namun diselipi dengan dakwah juga”<sup>76</sup>*

*“ada konten yang mengedukasi mba dengan #shift1minuntebooster..”<sup>77</sup>*

<sup>75</sup> <https://www.modash.io/fake-follower-check/?influencer=shiftmedia.id> diakses pada tanggal 2 Juni 2023.

<sup>76</sup> Wawancara dengan Sholehah Sabaniyati pada tanggal 5 April 2023, pukul 14.15 WIB di Rumah Kos

<sup>77</sup> Wawancara dengan Halfa Nida Faatsar pada tanggal 10 April 2023, pukul 10.00 WIB di Kampus

Berikut konten yang termasuk edukatif menurut informan per Januari-Maret 2023:

NO	JUDUL KONTEN	TANGGAL	LIKE DAN KOMENTAR	JUMLAH SHARE
1.	Tips biar menang banyak #shift1minutebooster	27 Januari 2023	4.539 like 18 koment	296
2.	Percaya #shift1minutebooster	25 Februari 2023	39.691 like 142 koment	1.623
3.	Mimin yang selalu on time tiap janji denganya, tapi rasanya no-time kalo “janjian” dengannya..	29 Maret 2023	11.883 like 57 koment	267

Tabel 4.1 Postingan akun Instagram @shiftmedia.id

Pendapat dari subjek pertama mengatakan bahwa konten di dalam akun instagram @shiftmedia.id terdapat konten edukasi yang disisipkan unsur dakwah juga didalamnya, edukasi yang diberikan berupa siraman keislaman dengan menggunakan bahasa penyampaian disesuaikan dengan anak remaja tetap dengan cara khasnya yang santai namun tetap sampai pada tujuan konten tersebut diposting.

Subjek kedua berpendapat konten dalam akun shift memberikan konten edukasi melalui konten ber *hashtag shift 1 minute booster* dengan penyertaan *hashtag* tersebut membuat nilai nari sebuah konten menarik karena disesuaikan dengan minat para kaum milenial yang tertarik terhadap hal yang baru atau unik.

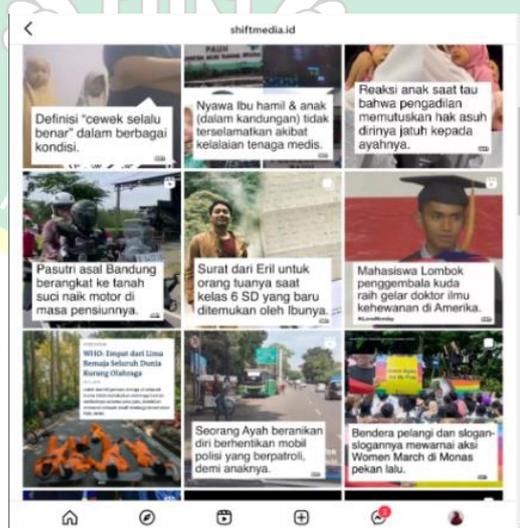
Setelah dianalisis, ketiga konten diatas mengedukasi subjek agar tetap melibatkan Allah SWT dalam keadaan apapun, dengan #shift1minutebooster menjadikan konten tersebut menarik bagi penonton atau publik. Seperti yang dikatakan Shannon Hilson bahwa konten edukasi adalah segala jenis konten yang bertujuan untuk memberikan nilai kepada audiens dengan mengajarkan

mereka suatu yang baru. Sesuatu yang baru dan unik akan menjadi suatu hal yang menarik.

Dengan konten pemuda hijrah inillah dapat menambah khazanah wawasan pengetahuan unruk menjadikan pengikut atau followers lebih mandiri, dan membawa manfaat bagi kehidupan, seperti mengubah gaya hidup yang selama ini belum mengarah sesuai syariat. Dari gaya hidup yang hedonistik menjadi gaya hidup yang lebih hemat dan hati-hati.

#### b. Informatif

Konten informatif sering ditemui dalam akun sosial media umum seperti stasiun TV, marekting, dan lain sebagainya, konten-konten yang bersifat informatif peminat bacanya banyak. Selain itu, juga memiliki *engagement rate* tinggi. Isi konten menyajikan berita terbaharu berbagai infografis dengan informasi statistik tentang topik tertentu. Tujuan dari konten informatif adalah untuk menginformasikan tentang sesuatu, baik berupa tulisan, foto, atau video kepada khalayak atau publik.



Gambar 4.7 Tampilan Feed Akun Instagram @shiftmedia.id

Dalam akun @shiftmedia.id tidak hanya berisi tentang dakwah isi konten dalam akun tersebut dibuat lebih variatif dengan mengangkat suatu berita atau hal yang sedang viral. Berdasarkan

hasil wawancara dengan subjek/informan kebanyakan isi konten sekarang berisi informasi-informasi yang ada dalam akun umum lainnya bukan selayaknya akun dakwah pada umumnya.

Dilihat dari tampilan *feed* akun @shiftmedia.id terlihat bahwa kebanyakan konten berisi informasi umum, ada juga beberapa yang diselipi dengan pesan dakwah didalamnya, namun tetap lebih banyak memuat informasi-informasi seperti berita, hal viral dan lain sebagainya.

*“semakin menarik, karena disisipi dengan berita.. namun membuat akun dakwah ini menjadi kehilangan ciri khasnya”<sup>78</sup>*

*“jadi lebih update peristiwa terbaru”<sup>79</sup>*

Berdasarkan pendapat yang diperoleh dari wawancara, instagram @shitmedia.id memang sudah *up to date* dalam memposting isi kontennya dan menarik, menurut pendapat informan kontennya menjadi informatif namun disisi lain nilai utama atau ciri khas dari isi konten yang dulu diposting sebagian besar merupakan cuplikan ceramah Ustadz Hanan Attaki sekarang mulai tergeser.

Konten informatif dalam akun tersebut terdapat pelajaran atau hikmah yang dapat diambil karena bersamaan dengan konten yang memposting hal viral didalamnya juga disisipi nasihat-nasihat untuk pembaca. Sehingga dengan membaca konten tersebut masyarakat tahu bagaimana cara mengontrol diri sendiri, tidak hanya sekedar baca kemudian mendapat informasi namun mengetahui juga pesan dakwah didalamnya.

---

<sup>78</sup> Wawancara dengan Mariska Nurlatifah pada tanggal 26 April 2023, pukul 09.00 WIB di Kampus

<sup>79</sup> Wawancara dengan Uswatun Hasanah pada tanggal 30 April 2023, pukul 16.00 WIB di Rumah Kos

## 2. Konten Hijrah

Di milenial ini, fenomena hijrah dapat dengan mudah ditemukan di kalangan milenial. Banyak faktor yang mempengaruhi hijrah mereka. Makna hijrah sendiri adalah peralihan dari kehidupan lama, kebiasaan lama yang buruk, menjauhi agama menuju kehidupan baru yang lebih baik. Dalam Instagram @shiftmedia.id, kata *Shift* berarti pindah atau perubahan, dalam hal ini berarti perubahan ialah hijrah. Sebagai gerakan pemuda hijrah, dapat diartikan sebagai gerakan yang tujuannya agar generasi muda, kalangan muda-mudi bertaubat, kembali ke jalan yang benar dengan amal kebaikan dan mencegah kemungkaran.

### a. Hijrah ibadah

Hijrah ibadah mengacu pada meninggalkan praktik-praktik ibadah yang kurang baik dan beralih ke amalan yang lebih baik. Seperti yang dijelaskan oleh Nabi Muhammad SAW bahwa seseorang yang berhijrah (muhajir) adalah orang yang meninggalkan larangan Allah SWT dan kembali kepada Allah serta agama-Nya.

*“..dengan melihat konten dakwah di instagram @shiftmedia.id saya tergugah untuk terus memperbaiki diri dalam ibadah menjadi pribadi yang lebih baik lagi”<sup>80</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara, akun instagram @shiftmedia.id memberikan dorongan kepada anak muda agar terus memperbaiki kualitas ibadahnya yang tadinya baik menjadi lebih baik lagi. Konten hijrah ibadah dalam akun tersebut terdapat hikmah yang dapat diambil oleh pembaca atau masyarakat sehingga memberikan kontrol diri dalam menjalankan kehidupan, karena dengan ibadah, menjadi salah satu cara untuk mengukuhkan

---

<sup>80</sup> Wawancara dengan Sholehah Sabaniyati pada tanggal 5 April 2023, pukul 14.15 WIB di Rumah Kos

hubungan antara manusia dengan Allah SWT, serta memperkuat kesadaran akan keberadaan dan kebesaran-Nya.

Kesadaran itulah yang membuat masyarakat akan terus memperbaiki diri, seperti yang dikatakan informan jika dia menjadi pribadi yang lebih baik lagi setelah terus melihat dan membaca konten dari pemuda hijrah di instagram @shiftmedia.id. Hijrah ibadah menjadikan diri lebih dekat dengan Allah SWT dan hijrah harus didasari dengan ilmu, dengan adanya konten pemuda hijrah akan menjadi salah satu jembatan ilmu agar perjalanan hijrah lebih kuat dan terarah.

Hijrah ini termasuk dalam hijrah Hijrah *I'tiqadiyah* yaitu hijrah keyakinan, ketika seorang muslim mencoba meningkatkan keimannannya agar terhindar dari hal-hal yang munkar.

b. Hijrah hati

Hijrah hati merujuk pada perubahan sikap, keyakinan, dan perilaku individu menuju kebaikan dan ketundukan kepada Allah SWT dengan meningkatkan hubungan dengan Allah dan umat-Nya. Pada hakekatnya keinginan untuk hijrah ada disetiap orang yang beriman, kuat atau lemah sesuai motivasi dalam hati seseorang.

*“konten dakwah yang diposting @shiftmedia.id mempengaruhi gaya kehidupan saya sehari-hari, seperti cara saya bersikap dalam menghadapi ujian dan lain sebagainya”<sup>81</sup>*

Jika hati sudah berhijrah maka melakukan hijrah lainnya akan dirasa mudah seperti halnya niat, jika hatinya sudah tergerak berhijrah maka mudah bagi seseorang untuk berhijrah. Berdasarkan wawancara bahwa banyak hal yang dapat mempengaruhi hijrah hati salah satunya dampak positif dari konten dakwah @shiftmedia.id yang mempengaruhi dan memberikan motivasi berhijrah.

---

<sup>81</sup> Wawancara dengan Halfa Nida Faatsar pada tanggal 10 April 2023, pukul 10.00 WIB di Kampus

Massa muda milenial sekarang mempunyai perasaan yang kadang kala tidak stabil, ada kecenderungan perasaan yang kadang *insecure* atau *overthinking* dengan kehidupan. Seperti yang dikatakan informan bahwa konten dakwah yang diposting akun pemuda hijrah tersebut mempengaruhi kehidupannya seperti cara bersikap menghadapi ujian. Maka konten pemuda hijrah berperan dalam pembentukan mental hidup agar kuat dan tetap semangat.

Hijrah dalam hal ini disebut sebagai Hijrah *Syu'uriyah*, dimana perubahan seseorang yang dapat dilihat dari penampilan dan kebiasaannya dalam kehidupan sehari-hari.

c. Hijrah perilaku

Hijrah perilaku adalah perubahan sikap dan tingkah laku individu yang menuju kepada kebaikan dan moralitas yang lebih tinggi, melibatkan meninggalkan kebiasaan buruk ke kebiasaan yang baik. Ciri terpenting seorang mukmin adalah ia selalu berubah dari buruk menjadi baik, dari baik menjadi lebih baik, seorang mukmin tidak terus-menerus dalam kesesatan dan keburukan, ia sadar dan berubah tanpa penundaan dan tanpa banyak dalih, hijrah adalah transformasi yang sesungguhnya. Tujuan non fisik adalah menjauhi dan meninggalkan hal-hal buruk yang diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya untuk kemudian melakukan hal-hal baik yang telah diperintahkan.

*“setelah saya mengikuti instagram @shiftmedia.id saya mulai memperbaiki kebiasaan-kebiasaan yang baik, seperti malas dan lain sebagainya”<sup>82</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara bahwa konten dakwah dalam akun instagram @shiftmedia.id memberikan dorongan kepada khalayak yang melihat dan membaca isi konten. Hal-hal baik yang kita lakukan untuk orang lain adalah baik untuk kita. Demikian

---

<sup>82</sup> Wawancara dengan Mariska Nurlatifah pada tanggal 26 April 2023, pukul 09.00 WIB di Kampus

pula, hal-hal buruk mempengaruhi kita dengan buruk. Selalu ada godaan dan hambatan untuk mengubah perilaku. Di sini orang beriman diuji apakah lebih mencintai Allah dan Rasul-Nya atautkah yang lain. Apakah alasan hijrahnya karena keridhaan Allah dan Rasul-Nya atau karena hal-hal duniawi seperti ketenaran, kekayaan atau suami, sebagaimana sabda Nabi,

*"Siapa yang hijrahnya karena Allah dan Rasul-Nya, hijrahnya untuk Allah dan Rasul-Nya. Siapa yang hijrahnya karena mencari dunia atau karena wanita yang dinikahinya, hijrahnya kepada yang ia tuju." (HR al-Bukhari dan Muslim).*

Seperti halnya yang dikatakan informan setelah sering membaca konten pemuda hijrah tersebut dia memiliki dorongan untuk memperbaiki diri dari kebiasaan-kebiasaan yang belum menjadi baik, dimana hijrah perilaku merupakan proses melangkah, memperbaiki diri, berpindah dan merubah keadaan menuju lebih baik.

Hijrah dalam hal ini disebut dengan Hijrah *Sulukiyyah* yaitu hijrah tingkah laku atau kepribadian. Hijrah ini digambarkan dengan tekad untuk mengubah kebiasaan dan tingkah laku buruk menjadi baik.

### 3. Konten pemuda hijrah *relate* dengan informan

Instagram @shiftmedia.id menyuguhkan konten yang isinya disesuaikan berdasarkan waktu dan permasalahan sehingga dakwah menjadi solusi dan jawaban atas permasalahan. *Relate* diartikan sebagai hal yang berhubungan, menandakan bahwa seseorang pernah atau sedang mengalami sesuai postingan yang berbentuk tulisan, foto, atau video yang diunggah melalui media sosial.

“ada beberapa isi konten pemuda hijrah relate dengan apa yang saya hadapi..”<sup>83</sup>

“saya aktif mengikuti semua konten dari tahun 2022 dan isi konten yang saya baca ada yang relate dengan kehidupan saya.”<sup>84</sup>

“dari awal saya mengikuti @shiftmedia.id karena isi kontennya ada yang relate dengan saya.”<sup>85</sup>

Berdasarkan hasil wawancara bahwa ada isi konten pemuda hijrah @shiftmedia.id sesuai atau *relate* dengan yang dialami oleh beberapa followers akun, maka mereka masih aktif mengikuti hingga saat ini. Salah satu informan mengatakan, konten pemuda hijrah yang di posting ada yang *relate* dengan kehidupan berrati konten tersebut berkesinambungan dengan apa yang sedang dihadapi informan. Adapun pesan atau hikmah di setiap postingan sehingga khalayak mendapatkan jawaban atas permasalahan yang dihadapi.

Relate merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris yang jika diartikan ialah berhubungan atau berkenaan. Namun, dalam bahasa gaul kata *relate* memiliki arti yakni suatu hal yang berhubungan dengan diri sendiri. Biasanya anak milenial sering kali menggunakannya dalam percakapan sehari-hari ataupun di sosial media, ketika mereka melihat suatu hal yang memang pernah mereka rasakan atau alami baik di sosial media ataupun melihatnya secara langsung. Kata *relate* dilontarkan saat seseorang melihat atau membaca sesuatu yang familiar dan merasakan hal yang sama dengan postingan tersebut.

---

<sup>83</sup> Wawancara dengan Sholehah Sabaniyati pada tanggal 5 April 2023, pukul 14.15 WIB di Rumah Kos

<sup>84</sup> Wawancara dengan Halfa Nida Faatsar pada tanggal 10 April 2023, pukul 10.00 WIB di Kampus

<sup>85</sup> Wawancara dengan Mariska Nurlatifah pada tanggal 26 April 2023, pukul 09.00 WIB di Kampus

#### 4. Mengenai akun @shiftmedia.id

Shift (Hijrah Pemuda) berisi konten yang mengajarkan kebaikan di jalan Allah SWT. Sebagian besar konten yang diposting adalah kutipan dari ceramah Ustadz Hanan Attaki, diilustrasikan dengan gambar/video ilustrasi atau penggambaran isu-isu Islam dan pemandangan alam sesuai tema dakwah.

*“...menarik bagi saya. Karena akun tersebut identik atau memiliki ciri khas dakwah yang lembut dan anak muda banget. Sering mengangkat tema-tema anak muda yang dibumbui dengan kalimat sederhana dan tidak membosankan.”<sup>86</sup>*

*“Semakin menarik. Karena biasanya yang masyarakat ketahui hanya berupa cuplikan video dari suatu kajian. Namun saat ini, juga disisipkan berita yang di dalamnya juga mengandung unsur dakwah.”<sup>87</sup>*

*“dalam mengemas dakwah @shiftmedia.id memiliki ciri khas yang unik dan menyesuaikan dengan apa yang sedang digemari kaum milenial”<sup>88</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara bahwa sosial media @shiftmedia.id menjadi salah satu media dakwah yang digemari oleh para anak muda atau anak milenial. Dengan menjadikan Instagram sebagai media dakwah harapannya dapat memperluas wawasan kita sebagai umat Islam, namun banyak juga konten yang menganjurkan melakukan sesuatu tanpa mengetahui sumbernya, dimana umat Islam itu sendiri harus berpedoman pada Al-Qur'an dan hadits.

Dari pendapat informan diatas, konten pemuda hijrah semakin menarik, karena menarik itulah pemuda milenial muda menerima isi atau pesan dakwah yang disampaikan. Tema-tema dakwah yang

---

<sup>86</sup> Wawancara dengan Sholehah Sabaniyati pada tanggal 5 April 2023, pukul 14.15 WIB di Rumah Kos

<sup>87</sup> Wawancara dengan Halfa Nida Faatsar pada tanggal 10 April 2023, pukul 10.00 WIB di Kampus

<sup>88</sup> Wawancara dengan Uswatun Hasanah pada tanggal 30 April 2023, pukul 16.00 WIB di Rumah Kos

relevan dan dibutuhkan menjadikan lebih mudah diterima, serta mereka tidak merasa bosan.

Saat ini, Instagram bisa menjadi salah satu pilihan yang bisa dijadikan sebagai media dakwah di era sekarang ini. Salah satu contohnya adalah sekarang banyak generasi milenial yang sangat antusias dengan ajaran islam atau istilah kerennya hijrah, Instagram sendiri memiliki tagar #pemudahijrah bagi yang baru memulai hijrah atau yang sudah hijrah, hal ini menunjukkan bahwa para pengguna jejaring sosial, khususnya Instagram, termotivasi untuk menyebarkan Islam dengan baik. Sehingga Instagram tidak hanya digunakan untuk memposting aktivitas pribadi, tetapi juga bisa digunakan untuk hal yang lebih baik, seperti konten yang memiliki nilai religi.

#### 5. Isi konten @shiftmedia.id

Konten media adalah berbagai jenis atau jenis konten atau konten yang muncul di berbagai media, yang saat ini adalah semua bentuk media, seperti podcast, gambar digital, video, file audio, iklan, dll. Isi konten dalam media dakwah terkait aqidah, syari'ah, muamalah.<sup>89</sup>

*"..isi kontennya sesuai dengan pedoman dakwah seperti mengenai aqidah, syari'ah, muamalah dan lain sebagainya"*<sup>90</sup>

*"menurut saya isi konten @shiftmedia.id sesuai dengan pedoman dalam berdakwah.."*<sup>91</sup>

*"isi konten sesuai dan diselipi hiburan biar followersnya tidak merasa bosan"*<sup>92</sup>

<sup>89</sup> Agustina, Lidya. "Viralitas konten di media sosial." *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa* 1, no. 2 (2020): 149-160.

<sup>90</sup> Wawancara dengan Sholehah Sabaniyati pada tanggal 5 April 2023, pukul 14.15 WIB di Rumah Kos

<sup>91</sup> Wawancara dengan Halfa Nida Faatsar pada tanggal 10 April 2023, pukul 10.00 WIB di Kampus

<sup>92</sup> Wawancara dengan Uswatun Hasanah pada tanggal 30 April 2023 pukul 16.00 WIB di Rumah Kos

*“..sejauh ini isinya masih terkait dengan keilmuan agama, walaupun beberapa ada yang tidak sesuai”<sup>93</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara bahwa isi konten dari instagram @shiftmedia.id sesuai dengan apa yang ada dalam pedoman berdakwah, bukan hanya dengan postingan agamis namun keluar dari materi yang *stuck* ada yang bertujuan mendorong masyarakat memiliki pemikiran positif dan memotivasi. Menjadikan hal tersebut menjadi inovasi dengan melakukan pengembangan atau gagasan baru agar akun tersebut tidak tertinggal.

Dari ke empat informan berpendapat dengan adanya konten pemuda hijrah yang saat ini bukan hanya memposting konten dakwah yang full berisi dakwah tetapi di selingi dengan informasi up to date, menjadikan konten lebih fresh dengan mengikuti perkembangan zaman. Ada pula interaksi harian sehingga ada komunikasi antara pemilik akun dengan followers, misalnya Q an A lewat story dan lain sebagainya.

#### 6. Konten Instagram @shiftmedia.id lebih variatif

Media sosial saat ini tentu mempengaruhi ragam konten yang disajikan kepada masyarakat. Jenis konten ini memiliki sifat dan ciri khas tersendiri tergantung dari wadah atau media sosial yang digunakan.<sup>94</sup> Konten dalam instargam @shiftmedia.id tidak hanya berisi ceramah-ceramah yang memaparkan materi keagamaan secara klasik, namun menyuguhkan konten keagamaan dengan lebih variasi.

*“seiring waktu konten @shiftmedia.id semakin variatif tidak hanya menyuguhkan tema basic dakwah namun ada berita dan informasi terbaru”<sup>95</sup>*

---

<sup>93</sup> Wawancara dengan Mariska Nurlatifah pada tanggal 26 April 2023, pukul 09.00 WIB di Kampus

<sup>94</sup> Agustina, Lidya. "Viralitas konten di media sosial." *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa* 1, no. 2 (2020): 149-160.

<sup>95</sup> Wawancara dengan Sholehah Sabaniyati pada tanggal 5 April 2023, pukul 14.15 WIB di Rumah Kos

*“..sekarang lebih variatif karena biasanya hanya berupa cuplikan video dari suatu kajian. Namun saat ini, juga disisipkan berita yang di dalamnya juga mengandung unsur dakwah..”<sup>96</sup>*

*“cukup variatif menurut saya karena konten-kontennya diperbaharui sesuai kebutuhan masyarakat”<sup>97</sup>*

*“..iya ada perubahan dalam perkontennya lebih variatif”<sup>98</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara bahwa konten dalam instagram @shiftmedia.id semakin variatif menyesuaikan dengan perkembangan yang ada saat ini dan disesuaikan dengan minat masyarakat. Konten yang variatif membuat pembaca atau khalayak menjadi tidak bosan karena tidak melulu menayangkan dan memposting ceramah-ceramah ustadz maupun ustadzah, cara ini disebut content pillar dengan cara ini akan membuat akun sosial variatif sehingga audiens betah untuk melihat media sosial tersebut.

Variatif konten yang ada di akun pemuda hijrah tergolong unik dengan menghadirkan berita dalam konten dakwah, karena akun lainnya yang sama berlabel konten pemuda hijrah lebih mencari alternatif lain agar followers tidak berkurang, tetapi di instagram @shiftmedia.id menyuguhkan berita yang diselingi dengan dakwah didalamnya.

#### 7. Konten dakwah @shiftmedia.id

*Shift* mengemas dakwah menjadi ajakan untuk pemuda. Pesam tersebut kemudian disebarakan secara viral melalui media online. Shift Media merupakan salah satu media dakwah yang berfokus pada

---

<sup>96</sup> Wawancara dengan Halfa Nida Faatsar pada tanggal 10 April 2023, pukul 10.00 WIB di Kampus

<sup>97</sup> Wawancara dengan Uswatun Hasanah pada tanggal 30 April 2023 pukul 16.00 WIB di Rumah Kos

<sup>98</sup> Wawancara dengan Mariska Nurlatifah pada tanggal 26 April 2023, pukul 09.00 WIB di Kampus

dakwah dikalangan pemuda.<sup>99</sup> Akun @shiftmedia.id dengan segala inovasinya memfokuskan cara membuat konten yang menarik di era milenial dimana pada masa ini masyarakat dihadapkan pada probematika kehidupan yang kompleks.

*“memiliki ciri khas dakwah yang lembut dan anak muda banget serta penyampaiannya sederhana.”<sup>100</sup>*

*“ciri khasnya masih dakwah yang tenang, simple, persuasif, dan menarik.”<sup>101</sup>*

*“ciri khas dakwah yang santai tetapi tetap mengena pembaca, anak muda banget soalnya ada pesan juga dalam konten yang viral dibalut dengan dakwah”<sup>102</sup>*

*“hingga kini masih menarik dengan dakwah @shiftmedia.id”<sup>103</sup>*

Berdasarkan hasil wawancara bahwa ciri khas instagram @shiftmedia.id menjadi salah satu ketertarikan anak muda atau anak milenial dalam memilih dakwah dan tidak merasa bosan dengan dakwah yang disampaikan melalui media sosial. Salah satu ciri khas yang dipertahankan yaitu cara penyampaian dakwah yang ringan, dan simple, shift mengembangkan cara yang digunakan unruk berdakwah agar semua orang dapat menerima dakwah yang disampaikan melalui postingan.

Menurut pendapat ke empat informan mengatakan bahwasannya konten pemuda hijrah tetap menarik dimata mereka, malah terbilang semakin menarik, dakwah yang disampaikan pun

<sup>99</sup> Artina Vivi Evielia Putri, “Kontruksi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisis Wacana pada Video Dakwah di Chanel Youtube Shift Media)”, 2020, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang.

<sup>100</sup> Wawancara dengan Sholehah Sabaniyati pada tanggal 5 April 2023, pukul 14.15 WIB di Rumah Kos

<sup>101</sup> Wawancara dengan Halfa Nida Faatsar pada tanggal 10 April 2023, pukul 10.00 WIB di Kampus

<sup>102</sup> Wawancara dengan Uswatun Hasanah pada tanggal 30 April 2023, pukul 16.00 WIB di Rumah Kos

<sup>103</sup> Wawancara dengan Mariska Nurlatifah pada tanggal 26 April 2023, pukul 09.00 WIB di Kampus

masi sama dengan mempertahankan cara penyampaian yang santai dan tenang, bahasa yang sesuai dengan anak muda menjadi dakwah yang disampaikan tersampaikan terlebih ditambah menyuguhkan konten viral yang diselingi dakwah membuat kaum milenial tertarik seperti halnya yang dikatakan salah satu informan yakni “..dakwah yang santai tetapi tetap mengena pembaca, anak muda banget soalnya ada pesan juga dalam konten yang viral dibalut dengan dakwah”



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian dan pengamatan yang dilakukan penulis tentang pendapat mahasiswa fakultas dakwah terhadap konten pemuda hijrah di jejaring sosial instagram @shiftmedia.id, maka dapat disimpulkan bahwa konten dalam akun tersebut berisi konten edukasi, informatif, dan konten hijrah.

1. Konten edukasi menurut pemaparan subjek memiliki ciri dengan #shift1minutebooster, konten berisi tips yang mengandung dakwah didalamnya dalam penyampaian menggunakan bahasa yang simple dan mudah dipahami oleh generasi milenial.
2. Konten informatif dapat dilihat jelas menurut pemaparan subjek dari tampilan feed akun @shiftmedia.id sebagian besar konten yang diunggah atau diposting per bulan Januari-Maret 2023 berisi materi infomatif seperti berita dan hal-hal viral yang sedang hangat diperbincangkan.
3. Konten hijrah dalam akun instagram @shiftmedia.id tergolong menjadi tiga setelah diteliti dari pendapat subjek, yaitu hijrah ibadah, hijrah hati dan hijrah perilaku.

Selain itu, beberapa konten pemuda hijrah di instagram @shiftmedia.id berisi konten yang relate dengan subjek dalam penelitian ini, mereka juga berpendapat jika akun tersebut lebih variatif dengan menyuguhkan berita dan hal-hal terbaru atau update yang sedang dibicarakan masyarakat. Namun setelah peneliti teliti hal tersebut juga mengurangi peminat atau followers akun ditambah penggagas *shift* yaitu Ustadz Hanan Attaki yang berhijrah dari ideologi lama menjadi Nahdatul Ulama dengan dibaiat oleh Ketua Pengurus Wilayah Nahdatul Ulama (PWNU) Jawa Timur, K.H Marzuki Mustamar.

## B. Saran

### 1. Peneliti selanjutnya

Perlu diteliti tentang penggagas atau founder dari akun @Shiftmedia.id yang pindah ideologi lama ke ideologi baru yakni Nahdatul Ulama.

### 2. Instagram @shiftmedia.id

Konten yang diposting lebih mengutamakan materi dakwah selayaknya akun dakwah dibandingkan menyajikan informasi umum, berita, hal viral dan lain sebagainya. Materi-materi tersebut hanya sebagai selingan.

### 3. Masyarakat

Konten media di instagram @shiftmedia.id bersifat parsial/sepenggal-penggal/tidak utuh, karena itu galilah dari rujukan aslinya.



## DAFTAR PUSTAKA

- A. Basit. 2013. Dakwah Cerdas di Era Modern, 03(01), hal 2088–6314.
- Abdussamad, Zuchri. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. Syakir Media Pers.
- Abdurrahman, Muhammad Sufyan. 2020. “Generasi Muda, Agama Islam, dan Media Baru (Studi Kualitatif Perilaku Keagamaan di Shift Gerakan Pemuda Hijrah, Kota Bandung).” *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 20, no. 1. Hal 46-63.
- Anang, Muhammad Eko. 2019. “Fenomena Hijrah Era Milenial (Studi Komunitas Hijrah di Surabaya)”. Skripsi, Surabaya, UIM Sunan Ampel.
- Agustina, Lidya. 2020. "Viralitas konten di media sosial." *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa* 1, no. 2: 149-160.
- Al-Khatib, Muhammad Abdullah. Makna hijrah: dulu dan sekarang . Gema Insani, t.t
- Amri, Muhammad, La Ode Ismail Ahmad, dan Muhammad Rusmin. 2018. “Aqidah Akhlak.”
- Annisa Novia Sari, dan Adi Bayu Mahadian. 2018. “Perilaku Komunikasi Pelaku Hijrah: Studi Fenomenologi Pelaku Hijrah dalam Shift Gerakan Pemuda Hijrah di Kota Bandung.” *LINIMASA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 1.
- Anggraini, Desi. 2020 "Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram@ islamdakwahcom)." PhD dis., UIN Raden Intan Lampung.
- Basri, A.Said Hasan. 2014. “Kecenderungan internet adiksi mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi ditinjau dari religiositas.” *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah* 15. No. 2. Hal 407-432.
- Budiono, A. 2019. Hijrah Dalam Perspektif Tafsir Sya’rawi: Sebuah Kajian Tafsir Tematik. *Miyah: Jurnal Stud Islam*, 15(01), 57-80
- Departemen Agama RI. 2014. Al-Qur’an dan Terjemahnya, (Jakarta : Penerbit Sahifa).
- Edib, Lathifah. 2021. Menjadi Kreator Konten Di Era Digital, DIVA PRESS : Yogyakarta.
- Fahrimal, Yuhdi. 2018. "Netiquette: Etika jejaring sosial generasi milenial dalam media sosial."

- Fajriani, Suci Wahyu, dan Yogi Suprayogi Sugandi. 2019. "Hijrah Islami Milenial Berdasarkan Paradigma Berorientasi Identitas." *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi* 3, no. 2: 76-88.
- Faradillah Iqmar Omar, Nor Azlili Hassan, and Iza Sharina Sallehuddin. 2015. "Role of Social Media in Disseminating Dakwah (Peranan Media Sosial dalam Penyebaran Dakwah)." In *Islamic perspectives relating to business, arts, culture and communication*, pp. 43-55. Springer, Singapore.
- Fasi, Abd Rahman. 2016. "Dasar-Dasar Pendidikan Islam Dalam Tinjauan al-Qur'an Dan Al-Hadist." *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan Islam* 14.
- Habibullah, Eka Sakti. 2018. "Prinsip-Prinsip Muamalah dalam Islam." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 01: 25-48.
- Herlina, Lina. 2018. "Disintegrasi sosial dalam konten media sosial Facebook." *TEMALI: Jurnal Pembangunan Sosial* 1, no. 2: 232-258.
- Harisah. 2020. "Konsep Islam Tentang Keadilan Dalam Muamalah." *Syar'ie: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam* 3, no. 2:172-185.
- Has, Abd Wafi. 2013. "Ijtihad Sebagai Alat Pemecah Masalah Umat Islam." *Koleksi Penelitian IAIN Tulungagung* 8, no. 1: 89-112.
- Hasanah, Hasyim. 2017. "Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial)." *At-Taqaddum* 8. No. 1. Hal 21-46.
- Hasanah, Uswah, dan Anna Aisa. 2021. "Konsep hijrah kaum millennial (Kajian Media dan Dakwah)." *Al-MUNZIR* 14, no. 2:137-152.
- Ibrohim, Busthomi, "Memaknai Momentum Hijrah", *Studia Didkatika Jurnal Ilmiah Pendidikan*, Vol. 10, No. 2, Tahun 2016, 65.
- Juliana Kurniawati, dan Siti Baroroh. 2016. "Literasi media digital mahasiswa universitas muhammadiyah bengkulu." *Jurnal Komunikator* 8, no. 2: 51-66.
- Khalid, A. R. Idham. 2017. *Akar-Akar Dakwah Islamiyah: (Akidah, Ibadah, dan Syari'ah)*, *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, vol. 8 No 1.
- Mazaya , Vyki. 2022. "Smart Dakwah di Era Society 5.0; Da'i Virtual dalam New Media." *IQTIDA: Journal of Da'wah and Communication* 2. No. 01. Hal 32-46.

- M. Ritonga. 2019. Komunikasi Dakwah Zaman Milenial Muslimin Ritonga. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol.3(1).
- Mauludin, Haris. 2019. "Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) Melalui Sosial Media *Instagram*". *Skripsi*, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah.
- Mhd. Latip Kahpi. 2019. "Peran Media Sosial Dalam Membangun Kerukunan Umat Beragama," *HIKMAH*, 2, 13 (Desember): 225.
- Mila Nabila Zahara, Dadan Wildan, Siti Komariah. 2020. "*Gerakan Hijran: Pencarian Identitas untuk Muslim Milenial di Era Digital*", *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development (IJSED)* Vol. 2 Issue 1 Januari-Juni, Hal 52-65.
- Muhammad, Alim, Pendidikan Agama Islam: Upaya Pembentukan Pemikiran dan Kepribadian Muslim (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), hal. 124
- Munib, Abdul. 2018. "HUKUM ISLAM DAN MUAMALAH (Asas-asas hukum Islam dalam bidang muamalah)." *Al-Ulum Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ke Islam* 5, no. 1:72-80.
- Muslich, Ahmad Wardi. 2013. *Fiqh Muamalat*, Cet ke-II, (Jakarta: Amzah), Hlm.1
- Mustafa, Siti Ezaleila, dan Azizah Hamzah. 2010. "Media Sosial: Tinjauan Terhadap Laman Jaringan Sosial Dalam Talian Tempatan: Media Sosial: Tinjauan tentang Situs Jejaring Sosial Daring Lokal." *Jurnal Pengajian Media Malaysia* 12, no. 2: 37-52.
- Nurhayati. 2014. "Akhlak dan Hubungannya Dengan Aqidah Dalam Islam." *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam* 4, no. 2: 289-309.
- Putri, Artina Vivi Evielia. 2020. "Kontruksi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisis Wacana pada Video Dakwah di Chanel Youtube Shift Media)". *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Rahardjo, Mudjia. 2011. "Metode pengumpulan data penelitian kualitatif."
- Rahmawati, Diana. 2013. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi kepuasan mahasiswa." *Jurnal Economia* 9, no. 1: 52-65.
- Rakhmawati, Yuliana. 2019. *Metode Penelitian Komunikasi*, CV. Putra Media Nusantara (PMN).

- Rasyiid, Raden A. Abdul, Susie Perbawasari, dan Fajar Syuderajat. 2019. "Pengelolaan Akun Instagram@ Shiftmedia.id oleh Kelompok Shift Pemuda Hijrah di Kota Bandung." *Peta: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora* 2, no. 1: 36-45.
- Rijali, Ahmad. 2019. "Analisis data kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33. Hal 81-95.
- Rochimah, I. 2017. "The Contribution of Social Support and Religious History on Religious Conversion: A Quantitative Study in South Tangerang". Proceedings of the International Conference on Diversity and Disability Inclusion in Muslim Societies (ICDDIMS), 153, 67–72. 2018. <https://doi.org/10.2991/icddims17.2018.15>
- Rorong, Michael Jibrael. 2020. Fenomenologi . Deepublish.
- Saifuddin, Much Fuad. 2018. "E-learning dalam persepsi mahasiswa." *Jurnal Varidika* 29, no. 2: 102-109.
- Samsul Munir Amin. 2016. Ilmu Akhlak, Cet ke-I, (Jakarta: Amzah) Hlm.183
- Santri: Dampak Penggunaan Media Sosial." *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat* 16, no. 1: 61-72
- Septian, Angga, Puspita Asri Praceka, and Husnan Nurjuman. 2021. "KONTEN PESAN AJAKAN HIJRAH DI INSTAGRAM (Analisis Isi Akun@ shiftmedia.id)." Disertasi PhD, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
- Sari, Annisa Novia, dan Adi Bayu Mahadian. 2018. "Perilaku Komunikasi Pelaku Hijrah: Studi Fenomenologi Pelaku Hijrah dalam Shift Gerakan Pemuda Hijrah di Kota Bandung." *LINIMASA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1. No. 1
- Sholihat, Ihat. 2017. Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Gerakan Pemuda Hijrah dalam Berdakwah. *Skripsi*. (Jakarta: UIN SYARIF HIDAYATULLAH), Hlm. 42
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta), 139-141.
- Syahidin, et al. 2009. Moral Dan Kognisi Islam: Buku Teks Pendidikan Agama Islam Untuk Perguruan Tinggi, cet. ke-3, (rev. ed.; Bandung: CV. Alfabeta), hal. 115.
- Syahrin, Alif Alfi, dan Bunga Mustika. "Makna Hijrah Bagi Kalangan Remaja Non Santri: Dampak Penggunaan Media Sosial." *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat* 16, no. 1 (2020): 61-72

Umroh, Ulil Azmi. 2019. "Desain Dawah Di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attaki Melalui "Shift" Pemuda hijrah (Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)". *Tesis*. Surabaya. UIN Sunan Ampel.

Yusuf, Ahmad. 2018. "Hiperealitas Simulakra Media Sosial (Studi pada Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto Pengguna Instagram)." Disertasi PhD, IAIN Purwokerto.

Zahara, M.N., Wildan, D., Komariah, S. 2020. "Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial di Era Digital", *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 2(1). hal 58-70.

Zein, Salsa Fauziah. 2021. "Pesan dakwah Hanan Attaki dalam mempersuasi mad'u di instagram @shiftmedia.id". *Skripsi*. Purwokerto. UIN Saifuddin Zuhri

<https://dakwah.uinsaizu.ac.id/sejarah/> tentang sejarah fakultas dakwah UIN. Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, diakses pada tanggal 30 April 2023

<https://kbbi.web.id/pendapat> tentang arti kata pendapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (online), diakses pada tanggal 10 Januari 2023.

<http://mui.or.id/id/category/produk/fatwa/No.24> Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial. Diakses pada tanggal 21 April 2023, Pukul 19:30 WIB.

<https://redcomm.co.id/knowledges/8-tips-bekerja-dengan-algoritma-instagram> diakses pada tanggal 30 Mei 2023.

<https://toolzu.com/profile-analyzer/instagram/> analisis profil instagram @shiftmedia.id, diakses pada tanggal 30 mei 2023

<https://www.modash.io/fake-follower-check/?influencer=shiftmedia.id> diakses pada tanggal 2 Juni 2023.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### A. Pedoman Observasi

Observasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi langsung, dimana peneliti secara langsung menginformasikan kepada informan atau audiens yang sedang diamatinya, sehingga seluruh proses penelitian dapat diketahui.

### B. Hasil Observasi

Peneliti melakukan kunjungan secara langsung ke lokasi penelitian di UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan melakukan survei ke mahasiswa angkatan 2019-2020 pada empat program studi yang ada di Fakultas Dakwah yaitu Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Bimbingan dan Konseling Islam (BKI), Manajemen Dakwah (MD), dan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI).

### C. Pedoman Wawancara

1. Apa program studi anda?
2. Anda umur berapa?
3. Apa latarbelakang ideologi anda?
4. Sejak kapan anda mengikuti akun dakwah @shiftmedia.id?
5. Apakah anda masih menjadi pengikut atau followers aktif?
6. Apakah aktif mengikuti kajian dalam akun @shiftmedia.id?
7. Seberapa sering anda membada dan melihat postingan dakwah dalam akun tersebut?
8. Apakah konten yang di posting memberikan edukasi?
9. Apakah edukasi tersebut mengandung dakwah didalamnya?
10. Bagaimana menurut anda tentang tampilan *cover feed* da nisi konten tiga bulan belakangan ini yang memuat berita?
11. Adakah konten di instagram @shiftmedia.id yang membuat diri anda tergugah untuk hijrah?
12. Adakah konten dari pemuda hijrah *relate* dangan anda?
13. Menurut anda apa yang menarik dari konten *shift*?

#### D. Hasil Wawancara

Informan : Sholehah Sabaniyati

Hari/Tanggal : 5 April 2023

Pukul : 14.15 WIB

Lokasi : Rumah Kos

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	Apa program studi anda?	Saya dari program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019.
2.	Anda umur berapa?	23 Tahun.
3.	Apa latarbelakang ideologi anda?	Saya ideologinya Muhammadiyah, tapi orang tua Nahdatul Ulama.
4.	Sejak kapan anda mengikuti akun dakwah @shiftmedia.id?	Sejak tahun 2018.
5.	Apakah anda masih menjadi pengikut atau followers aktif?	Sampai saat ini masih
6.	Apakah aktif mengikuti kajian dalam akun @shiftmedia.id?	Iya, saya terkadang ikut kajian online yang diadakan oleh <i>shift</i> yang diisi oleh Ustadz Hanan Attaki.
7.	Seberapa sering anda membada dan melihat postingan dakwah dalam akun tersebut?	Kalau saya sedang membuka instagram pasti di beranda muncul postingan dari akun @shiftmedia.id jadi sering liat dan baca.
8.	Apakah konten yang di posting memberikan edukasi?	beberapa saya melihat konten di @shiftmedia.id yang berisi edukasi namun diselipi dengan dakwah juga
9.	Apakah edukasi tersebut mengandung dakwah didalamnya?	Iya mba ada yang diselipi pesan dakwah.

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
10.	Bagaimana menurut anda tentang tampilan <i>cover feed</i> dan isi konten tiga bulan belakangan ini yang memuat berita?	seiring waktu konten @shiftmedia.id semakin variatif tidak hanya menyuguhkan tema basic dakwah namun ada berita dan informasi terbaharu. menarik bagi saya. Karena akun tersebut identik atau memiliki ciri khas dakwah yang lembut dan anak muda banget. Sering mengangkat tema-tema anak muda yang dibumbui dengan kalimat sederhana dan tidak membosankan.
11.	Adakah konten di instagram @shiftmedia.id yang membuat diri anda tergugah untuk hijrah?	dengan melihat konten dakwah di instagram @shiftmedia.id saya tergugah untuk terus memperbaiki diri dalam ibadah menjadi pribadi yang lebih baik lagi. isi kontennya sesuai dengan pedoman dakwah seperti mengenai aqidah, syari'ah, muamalah dan lain sebagainya
12	Adakah konten dari pemuda hijrah relate dengan anda?	ada beberapa isi konten pemuda hijrah relate dengan apa yang saya hadapi, isi kontennya sesuai dengan pedoman dakwah seperti mengenai aqidah, syari'ah, muamalah dan lain sebagainya.
13.	Menurut anda apa yang menarik dari konten <i>shift</i> ?	memiliki ciri khas dakwah yang lembut dan anak muda banget serta penyampaiannya sederhana.

Informan : Halfa Nadia Faatsar

Hari/Tanggal : 10 April 2023

Pukul : 10.00 WIB

Lokasi : Kampus (UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto)

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	Apa program studi anda?	Saya program studi Manajemen Dakwah angkatan 2020.
2.	Anda umur berapa?	22 Tahun.
3.	Apa latarbelakang ideologi anda?	Saya berlatarbelakang ideologi Muhammadiyah,
4.	Sejak kapan anda mengikuti akun dakwah @shiftmedia.id?	Sejak tahun 2022.
5.	Apakah anda masih menjadi pengikut atau followers aktif?	Sampai sekarang masih mba.
6.	Apakah aktif mengikuti kajian dalam akun @shiftmedia.id?	saya jarang ikut kajian yang diadakan oleh <i>shift</i> tapi sering baca postingannya mba.
7.	Seberapa sering anda membaca dan melihat postingan dakwah dalam akun tersebut?	Kadang saya melihat postingan konten @shiftmedia.id kalau lewat diberanda aja mba.
8.	Apakah konten yang di posting memberikan edukasi?	ada konten yang mengedukasi mba dengan #shift1minuntebooster yang isinya penggalan kajian yang di isi ustadz.
9.	Apakah edukasi tersebut mengandung dakwah didalamnya?	Iya mba ada pesan dakwah dalam videonya atau postingannya.

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
10.	Bagaimana menurut anda tentang tampilan <i>cover feed</i> dan isi konten tiga bulan belakangan ini yang memuat berita?	Semakin menarik. Karena biasanya yang masyarakat ketahui hanya berupa cuplikan video dari suatu kajian. Namun saat ini, juga disisipkan berita yang di dalamnya juga mengandung unsur dakwah.
11.	Adakah konten di instagram @shiftmedia.id yang membuat diri anda tergugah untuk hijrah?	konten dakwah yang diposting @shiftmedia.id mempengaruhi gaya kehidupan saya sehari-hari, seperti cara saya bersikap dalam menghadapi ujian dan lain sebagainya, dan menurut saya isi konten @shiftmedia.id sesuai dengan pedoman dalam berdakwah..
12.	Adakah konten dari pemuda hijrah <i>relate</i> dengan anda?	saya aktif mengikuti semua konten dari tahun 2022 dan isi konten yang saya baca ada yang relate dengan kehidupan saya
13.	Menurut anda apa yang menarik dari konten <i>shift</i> ?	ciri khasnya masih dakwah yang tenang, simple, persuasif, dan menarik

Informan : Mariska Nurlatifah

Hari/Tanggal : 26 April 2023

Pukul : 09.00 WIB

Lokasi : Kampus (UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto)

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	Apa program studi anda?	Saya dari program studi Pengembangan Masyarakat Islam angkatan 2020.
2.	Anda umur berapa?	22 Tahun.
3.	Apa latarbelakang ideologi anda?	Saya berlatarbelakang ideologi Nahdatul Ulama.
4.	Sejak kapan anda mengikuti akun dakwah @shiftmedia.id?	Sejak tahun 2021.
5.	Apakah anda masih menjadi pengikut atau followers aktif?	Ya, sampai sekarang masih mba.
6.	Apakah aktif mengikuti kajian dalam akun @shiftmedia.id?	Saya aktif ikut kajian yang diadakan oleh <i>shift</i> secara online.
7.	Seberapa sering anda membada dan melihat postingan dakwah dalam akun tersebut?	Saya sering melihat postingan konten @shiftmedia.id dan membacanya, kadang juga mengunjungi akun tersebut untuk melihat-liat postingan.
8.	Apakah konten yang di posting memberikan edukasi?	Iya ada mba seinget saya postingannya memiliki <i>hashtag shift one minute booster</i> .
9.	Apakah edukasi tersebut mengandung dakwah didalamnya?	Iya terdapat pesan dakwah didalamnya.

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
10.	Bagaimana menurut anda tentang tampilan <i>cover feed</i> dan isi konten tiga bulan belakangan ini yang memuat berita?	Semakin menarik, karena disisipi dengan berita.. namun membuat akun dakwah ini menjadi kehilangan ciri khasnya. Terlihat jelas iya ada perubahan dalam perkontenanya lebih variatif.
11.	Adakah konten di instagram @shiftmedia.id yang membuat diri anda tergugah untuk hijrah?	Setelah saya mengikuti instagram @shiftmedia.id saya mulai memperbaiki kebiasaan-kebiasaan yang baik, seperti malas dan lain sebagainya. Sejauh ini isinya masih terkait dengan keilmuan agama, walaupun beberapa ada yang tidak sesuai.
12.	Adakah konten dari pemuda hijrah <i>relate</i> dengan anda?	Dari awal saya mengikuti @shiftmedia.id karena isi kontennya ada yang relate dengan saya.
13.	Menurut anda apa yang menarik dari konten <i>shift</i> ?	hingga kini masih menarik dengan dakwah @shiftmedia.id

Informan : Uswatun Khasanah

Hari/Tanggal : 30 April 2023

Pukul : 16.00 WIB

Lokasi : Rumah Kos

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	Apa program studi anda?	Saya program studi Bimbingan dan Konseing Islam angkatan 2019.
2.	Anda umur berapa?	23 Tahun.
3.	Apa latarbelakang ideologi anda?	Saya berlatarbelakang ideologi Nahdatul Ulama.
4.	Sejak kapan anda mengikuti akun dakwah @shiftmedia.id?	Sejak tahun 2019.
5.	Apakah anda masih menjadi pengikut atau followers aktif?	Sampai sekarang masih.
6.	Apakah aktif mengikuti kajian dalam akun @shiftmedia.id?	Saya kurang aktif ikut kajian <i>online</i> yang diadakan oleh <i>shift</i> , lebih ke liat sama baca postingannya.
7.	Seberapa sering anda membada dan melihat postingan dakwah dalam akun tersebut?	Sering, terkadang postingan konten @shiftmedia.id muncul di beranda.
8.	Apakah konten yang di posting memberikan edukasi?	Iya ada tapi kayaknya ga sering <i>upload</i> postingan edukasinya.
9.	Apakah edukasi tersebut mengandung dakwah didalamnya?	Iya ada pesan dakwah didalamnya.

No	Pertanyaan	Hasil Wawancara
10.	Bagaimana menurut anda tentang tampilan <i>cover feed</i> dan isi konten tiga bulan belakangan ini yang memuat berita?	Jadi lebih update peristiwa terbaru, cukup variatif menurut saya karena konten-kontennya diperbaharui sesuai kebutuhan masyarakat
11.	Adakah konten di instagram @shiftmedia.id yang membuat diri anda tergugah untuk hijrah?	Kalo itu saya hanya termotivasi, isi konten sesuai dan diselipi hiburan biar followersnya tidak merasa bosan
12.	Adakah konten dari pemuda hijrah <i>relate</i> dengan anda?	Beberapa ada mba yang <i>relate</i> dengan kehidupan saya, saya juga suka kajian yang dibawakan Ustadz Hanan Attaki
13.	Menurut anda apa yang menarik dari konten <i>shift</i> ?	Ciri khas dakwah yang santai tetapi tetap mengena pembaca, anak muda banget soalnya ada pesan juga dalam konten yang viral dibalut dengan dakwah



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Iqlima Putri Rizqi
2. NIM : 1917102063
3. Tempat, Tanggal Lahir : Purwokerto, Banyumas, 04 Oktober 2000
4. Alamat : Ajibarang Kulon, RT 01/RW 07, Kec.  
Ajibarang, Kab. Banyumas
5. Nama Ayah : Minhadi
6. Nama Ibu : Anik Nusverantiningasih, S.Pd.I

### B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI, Tahun Lulus : MI Muhammadiyah Ajibarang
2. SMP/MTs, Tahun Lulus : SMP Negeri 2 Ajibarang
3. SMA/MA : SMK Muhammadiyah 1 Ajibarang

### C. Pengalaman Organisasi

1. Korps Mubaligh dan Mubalighah SMK Muhammadiyah 1 Ajibarang
2. Hizbul Wathan SMK Muhammadiyah 1 Ajibarang
3. IMM Komisariat Mas Mansur Fakultas Dakwah
4. Korps Immawati Banyumas

Purwokerto, 15 Juni 2023



**Iqlima Putri Rizqi**  
NIM. 1917102063