

## REPRESENTASI BUSANA MUSLIM PEMUDA HIJRAH DI CHANNEL YOUTUBE SHIFT MEDIA

Yogi Muhamad Yusuf, Vikry Abdullah Rahiem, Wawan Wartono,  
Charisma Asri Fitrananda

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pasundan

Email: charisma.asri@unpas.ac.id

Diterima: 14 Oktober 2021; Direvisi: 24 Oktober 2021; Disetujui: 30 Desember 2021

### Abstrak

Busana secara simbolik merupakan bentuk komunikasi nonverbal yang dapat mengikat suatu komunitas. Pemuda hijrah dalam komunitas *Shift* di Youtube berusaha menyajikan keberagaman busana dan citra simbolis dalam video-video dakwah yang menampilkan Ustaz Hanan Attaki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi busana muslim yang ditampilkan oleh Pemuda Hijrah di *Channel Youtube Shift Media* dalam rangka menarik perhatian generasi milenial. Metode penelitian yang digunakan adalah studi etnografi virtual, dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dan menggunakan teori interaksi simbolik. Hasil penelitian menunjukkan representasi busana muslim yang ditampilkan dalam video komunikasi dakwah Pemuda Hijrah di *Channel Youtube Shift Media* bertujuan untuk melakukan pembauran dengan jamaah anak muda. Dengan menentukan segmentasi khalayak, kreator *Channel Youtube Shift Media* mencoba untuk menggeser busana muslim menjadi busana kasual yang lebih dekat dengan milenial saat mendatangi kegiatan kajian dakwah. Proses kontruksi makna denotatif busana muslim ditandai oleh Ustaz Hanan Attaki yang kerap tampil dengan menggunakan kemeja, kaos atau *sweater* dan penutup kepala model *reggae* (topi kupluk).

**Kata Kunci:** Citra Simbolis, Komunikasi Dakwah, Komunitas *Shift*, Youtube

### Abstract

*Symbolically, clothing is a form of nonverbal communication that can bind a community. Pemuda Hijrah in the Shift community on Youtube tries to present various clothing and symbolic images in da'wah videos featuring Ustaz Hanan Attaki. This study aims to find out how Pemuda Hijrah displays the representation of Muslim clothing on the Shift Media Youtube Channel to attract the attention of millennial generation. The research method used is a virtual ethnographic study, with a qualitative descriptive approach and using symbolic interaction theory. The results of the study show that the representation of Muslim clothing displayed in the communication video of Pemuda Hijrah propaganda on the Shift Media Youtube Channel aims to mingle with young congregations. By determining the segmentation of the audience, the creators of Channel Youtube Shift Media are trying to Shift Muslim clothing into casual clothing that is more suited to millennials when they come to da'wah activities. The process of constructing the denotative meaning of Muslim clothing was marked by Ustaz Hanan Attaki, who often appeared wearing a shirt, t-shirt or sweater and a reggae-style head covering.*

**Keywords:** *Da'wah Communications, Shift Community, Symbolic Image, Youtube*

## **Pendahuluan**

Presentasi diri seseorang dapat terlihat dari busana yang dipakainya. Hal tersebut pada dasarnya bersifat netral dan bebas dari interpretasi, namun bagi insan komunikasi tentu saja melibatkan pemaknaan yang berlapis atau bertingkat. Tubuh dan busana, manusia dan budaya, tubuh dibalut busana dan manusia dibalut budaya yang pada akhirnya harus diterima bahwa kehidupan dibalut oleh perbedaan, terutama di negara multi-kultural seperti Indonesia. Sehingga busana secara simbolik merupakan bentuk komunikasi nonverbal yang dapat mengikat suatu komunitas sebagai sebuah kebudayaan. Deskripsi pakaian dan modifikasi tubuh sering kali menyampaikan informasi tentang identitas, emosi, dan perubahan status pemakainya. Studi pakaian adalah kajian interdisipliner yang telah berkembang pesat sejak 1980-an sebagai bagian dari pengakuan akademis yang lebih luas bahwa tubuh manusia adalah situs utama konstruksi budaya (Liebermann, 2021).

Pakaian yang dikenakan oleh seseorang walaupun bersifat netral, tetapi bagi insan komunikasi tentu saja tidak terlepas dari pertimbangan nilai budaya yang berlaku dan peran serta perilaku yang ingin orang perlihatkan. Dalam Islam-pun pakaian tidak semata-mata lahir karena konstruksi sosial dan budaya kemanusiaan. Islam memberikan makna yang lebih tentang busana dengan menghadirkan syariat berpakaian bagi laki-laki dan perempuan, bukan semata dari kacamata kepantasan ataupun selera keindahan, akan tetapi menjadi sebuah ibadah. Busana yang berkembang di berbagai kelompok keislaman sering kali dikaitkan dengan proses hijrah seseorang (Hisyam et al., 2019).

Sebagai masyarakat Indonesia yang pluralistik banyak perbedaan representasi atau tata cara berbusana di setiap daerah. Islam memandang pakaian tidak semata-mata lahir karena konstruksi sosial dan budaya kemanusiaan. Terlepas dari pro dan kontranya, tren busana muslim menunjukkan bahwa dalam kehidupan keseharian menjadi ekspresi kesalehan pemakainya (Hisyam et al., 2019).

Hijrah secara bahasa berarti berpindah, dalam hal ini berpindah menjadi pribadi yang lebih baik dan religius. Hijrah banyak dilakukan oleh banyak kalangan, tanpa melihat profesi. Masifnya gerakan hijrah dapat dilihat melalui media sosial, seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, Youtube, dan Telegram. Media sosial memiliki peran dalam menyebarkan arus hijrah di berbagai tempat (Setiawati, 2019).

Dakwah melalui media sosial dengan memanfaatkan konten bergambar adalah strategi dakwah yang banyak dilakukan saat ini. Selain dilihat dari segi efektivitas waktu, biaya juga relatif murah, dan dapat meningkatkan kreativitas kalangan muda. Penggunaan konten bergambar tersebut menjadi strategi dakwah yang tepat untuk saat ini sehingga dapat memotivasi gerakan hijrah kalangan muda (Rahman, 2020). Hal tersebut terlihat dari semakin bertambahnya pengikut akun-akun hijrah di Instagram seperti @Shiftmedia.id, dan Channel Youtube Shift Media. Per tanggal 20 Oktober 2021, akun Instagram @Shiftmedia.id sudah memiliki pengikut sebanyak 1,9 juta akun, dan hashtag #pemudahijrah memiliki 5,8 juta kiriman mengenai topik tersebut. Channel Shift Media di Youtube juga berisi 352 video dan memiliki 512.000 *subscriber*. Penonton video dalam channel ini bisa mencapai satu juta penonton.

Penelitian ini fokus pada media Youtube karena peneliti melihat karakteristik media Youtube yang berbeda dengan Instagram, seperti durasi video yang lebih panjang. Selain itu, konten video yang diunggah di Youtube merupakan video Ustaz Hanan Attaki saat melakukan ceramah secara langsung di berbagai tempat dengan menggunakan busana muslim khasnya, berbeda dengan Instagram yang isi kontennya tidak banyak memunculkan representasi busana muslim yang dapat peneliti analisis.

Generasi milenial juga merupakan generasi yang sangat peduli dengan keberagaman dan pluralisme (Myers & Sadaghiani, 2010). Sorban, kopiah, kupluk, baju koko, gamis, sarung dan sebagainya merupakan representasi keberagaman dan pluralisme dalam kehidupan beragama Islam di Indonesia. Sarung dan kopiah bagi sebagian besar kelompok di Indonesia dianggap sebagai citra simbolis Muslim, sementara kelompok lainnya berpandangan sorban dan gamis adalah sunah dan seharusnya menjadi simbol Muslim yang paling tepat (Irama, 2012). Bahkan beberapa tahun terakhir ini, baju koko juga dianggap pakaian Muslim. Tren pakaian Muslim yang merujuk pada bentuk dan desain busana atau baju tertentu seakan memojokkan desain atau jenis baju yang lain dilabeli pakaian non-Muslim. Busana manakah yang disebut busana muslim dan busana *syar'i* lebih merupakan upaya kelompok-kelompok tertentu yang ingin melakukan hegemoni dalam memaknai busana tertentu sebagai citra simbolis Islam (Hisyam et al., 2019).

Representasi busana muslim yang digunakan oleh Channel Youtube Shift Media dapat dianalisis dengan menggunakan konseptual representasi di mana konsep tersebut

dapat digunakan dalam proses sosial pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia seperti dialog, tulisan, video, film, fotografi, dan termasuk segala hal yang terlihat dan terdengar. Secara ringkas, representasi adalah produksi makna melalui bahasa. Representasi merupakan hasil dari suatu proses penyeleksian yang menggarisbawahi hal-hal tertentu tentang sesuatu yang mengalami proses seleksi. Bagian mana yang sesuai dengan kepentingan dan pencapaian tujuan komunikasi, ideologisnya itu yang digunakan sementara tanda-tanda lainnya diabaikan (Wibowo, 2011).

Istilah representasi itu sendiri merujuk pada bagaimana seseorang, kelompok, gagasan, atau pendapat tertentu yang ditampilkan, dalam hal ini adalah busana dan citra simbolis. Pertama, apakah seseorang atau kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya. Kedua, bagaimanakah representasi itu ditampilkan, hal tersebut bisa diketahui melalui penggunaan kata, kalimat, aksentuasi (Eriyanto, 2011).

Mengingat konsep hijrah saat ini adalah perubahan individu ke arah yang lebih baik, baik dari segi penampilan maupun sikap. Proses dakwah tersebut tentunya melibatkan interaksi satu sama lain, pada sisi ini komunikasi berlangsung dalam tatanan interpersonal yang terlihat pada perilaku komunikasi pelaku hijrah. Perubahan makna tersebut dapat dilihat secara simbolis dari cara berpakaian yang berkaitan dengan interaksi simbolik. Interaksi terjadi dengan cara memunculkan makna yang khusus antara pelaku komunikasi dan menimbulkan interpretasi atau penafsiran. Sedangkan simbolik berasal dari kata simbol yaitu tanda yang muncul dari hasil kesepakatan bersama di mana suatu hal dapat menjadi perspektif bersama dan bagaimana suatu tindakan memberi makna-makna khusus yang hanya dipahami oleh orang-orang yang melakukannya (Littlejohn & Foss, 2016).

Guna mengetahui mengenai tanda dan makna yang ada di dalam representasi busana muslim yang digunakan oleh Pemuda Hijrah dalam *Channel Shift Media Youtube*, peneliti menggunakan teori interaksi simbolik sebagai pisau analisis. Teori interaksi simbolik sangat dipengaruhi oleh struktur sosial yang membentuk atau menyebabkan perilaku tertentu yang kemudian membentuk simbol dalam interaksi sosial masyarakat. Teori interaksi simbolik melihat setiap individu untuk harus proaktif, reflektif dan kreatif, dapat menafsirkan dan menampilkan perilaku yang unik, rumit, dan sulit diinterpretasikan. Teori interaksi simbolik menekankan dua hal. Pertama, manusia dalam masyarakat tidak pernah lepas dari interaksi sosial. Kedua, interaksi dalam masyarakat

mewujud dalam simbol-simbol tertentu yang sifatnya cenderung dinamis (Mulyana, 2018).

Dalam teori interaksi simbolik diungkapkan bahwa motif merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu. Pelaku hijrah dalam berkomunikasi dengan orang di sekitarnya didorong oleh suatu hal yang menjadi motif, seperti dorongan masa lalu atau dorongan untuk mempengaruhi orang lain. Selain motif, aspek makna juga menunjukkan perilaku komunikasi pelaku hijrah (Sari & Mahadian, 2018). Adapun model komunikasi dakwah lain dari pelaku hijrah meliputi tiga tipe, yaitu: model dakwah dialogis, model dakwah pengulangan, dan model dakwah lepas. Pendekatan kultural yang digunakan da'i migran dalam dakwah adalah dengan mempelajari bahasa daerah dan memahami karakter jama'ah yang menjadi sasaran dakwah (Mahadi, 2012).

Selain itu terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa media sosial sekarang sudah banyak dimanfaatkan sebagai media dakwah, seperti hubungan penggunaan media sosial dan penerimaan pesan dakwah (Omar et al., 2015); konsep dakwah menurut Islam dan peran media sosial dalam berdakwah (Sumadi, 2016); Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas (Faiqah et al., 2016); urgensi dakwah melalui media sosial (Khumaedi & Fatimah, 2019); macam media dakwah (*washilah*) dengan audiovisual (Sadly, 2018); komunikasi dakwah zaman milenial (Ritonga, 2019); media sosial juga memberi manfaat besar kepada pendakwah untuk menyebarkan dakwah Islamiah (Nazir, 2019); komunikasi dakwah digital (Helmy & Ayuni, 2019); komunikasi dakwah untuk kaum milenial melalui media sosial (Rahman, 2020) dan akun Instagram pemuda hijrah menjadi salah satu akun dakwah di Instagram yang memuat video dakwah dengan khalayak anak muda (Nurrahmi & Farabuana, 2020).

Sedangkan untuk penelitian mengenai representasi busana muslim dalam aktivitas dakwah di media sosial di Indonesia masih sedikit dilakukan. Penelitian mengenai busana muslim sebagai presentasi diri (Irama, 2012); Makna *fashion* bagi *moslem fashion blogger* (Istiani, 2015); perkembangan desain busana muslim dalam tinjauan sosiologis (Damayanti, 2014); dan konstruksi sosial pada pengguna cadar dan celana cingkrang (Pratama, 2019). Dari penelitian terdahulu, peneliti melihat makna yang didapat dari interaksi tersebut tidak terlepas dari interpretasi mitra tutur, tetapi belum ada yang fokus dalam melihat pergeseran makna busana muslim yang dipakai pelaku hijrah sebagai citra simbolis. Oleh karena itu, penting bagi peneliti untuk dapat memperhatikan interaksi dan

simbol seperti representasi busana muslim yang dilakukan Pemuda Hijrah dalam *Channel Youtube Shift Media*.

Berdasarkan paparan dalam pendahuluan, peneliti ingin mendalami bagaimana busana atau pakaian dan citra simbolis Islam sebagai tanda dikonstruksi menjadi identitas agama. Studi penelitian ini ingin mengeksplorasi lebih jauh bagaimana keragaman bentuk busana muslim yang digunakan pemuda hijrah *Shift* dan bagaimana citra simbolis membentuk cara pandang generasi milenial tentang pakaian muslim dengan menggunakan metode penelitian studi etnografi virtual, dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dan menggunakan teori interaksi simbolik

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif sehingga mengharuskan peneliti untuk melakukan wawancara secara mendalam dan observasi langsung ke lapangan untuk dapat menelaah dan memahami bagaimana sikap, pandangan, perasaan dan perilaku individu atau sekelompok orang. Penelitian kualitatif dilakukan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dengan cara membuat deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode yang alamiah (Moleong, 2018).

Dalam mengumpulkan dan menganalisis data penelitian dengan pendekatan etnografi virtual, dengan jenis penelitian adalah partisipasi observasi dan wawancara mendalam secara online. Etnografi virtual adalah pendekatan kualitatif yang banyak digunakan untuk penelitian *online*. Pendekatan ini tergolong baru, baik di Indonesia maupun di luar negeri, karena baru dua dekade lebih diperkenalkan. Etnografi virtual memiliki banyak nama atau istilah, baik itu istilah etnografi virtual seperti *Netnography*, *Playing ethnography*, *ethnography of computer mediated communication*, *Online ethnography*, *cyber ethnography*, *Webnography* dan sederet istilah atau nama lain. Namun, ada satu nama atau istilah yang umum digunakan, yaitu *online ethnography* yang menggambarkan sebuah etnografi yang digunakan di lingkungan *online* (Kozinets, 2010).

Etnografi virtual yang dilakukan penelitian komunikasi dakwah *Shift* di *Channel Youtube Shift Media* berkaitan dengan perilaku komunikasi dalam tema kebudayaan tertentu, jadi bukan keseluruhan perilaku seperti dalam etnografi konvensional. Perilaku

komunikasi dalam penelitian ini yaitu tindakan atau kegiatan seseorang pemuda, kelompok/komunitas yang tergabung *Shift* dan internal *Shift* ketika terlibat dalam proses komunikasi dakwah di *Channel Shift Media Youtube*. Etnografi virtual dimulai oleh peneliti melalui penyelidikan dengan mengenali perilaku yang khas dan kemudian mengakhirinya dengan penjelasan pola-pola komunikasi dalam konteks sosiokultural.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik etnografi virtual di mana peneliti masuk ke dalam organisasi *Shift* mulai dari tahun 2015 dan melakukan identifikasi peristiwa-peristiwa komunikasi dakwah *Shift* yang terjadi secara berulang di *Channel Shift Media Youtube*. Peneliti melihat simbol-simbol yang digunakan para pelaku komunikasi dakwah dalam organisasi *Shift* baik melalui *online* maupun *offline*. Peneliti mencoba dan menemukan hubungan antar komponen komunikasi yang membangun peristiwa komunikasi dakwah *Shift* melalui representasi busana muslim yang ditampilkan di *Channel Shift Media Youtube*.

Peneliti melakukan penelitian dengan mengamati, mewawancarai para *creator* dan pengguna Youtube di *Channel Shift Media*. Objek penelitian ini adalah pengalaman dalam aktivitas baik *content creator* dan penonton video di *Channel Youtube Shift Media* yang kemudian menginterpretasi tanda-tanda berupa busana dan citra simbolis dalam video dakwah tersebut.

Tabel 1. Data informan

No	Nama	Peran dalam <i>Shift Media</i>
1	Hanan Attaki	Salah satu aktor pendiri <i>Shift</i>
2	Fani Krismanandar (Inong)	<i>Content creator Shift</i>
3	Buni Asfian	<i>Road Manager</i>
4	Widdy	Team <i>cyber Shift</i>
5	Okky Yudhistira	Anggota <i>Shift</i>
6	Marsel	Anggota <i>Shift</i>

Analisis data penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan simultan, dimulai dengan kondensasi data (*data condensation*), kemudian dilanjutkan dengan penyajian data/hasil (*data display*) dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*) atau verifikasi. Langkah-langkah ini secara simultan dilakukan sampai data hasil penelitian dianggap jenuh atau *saturated* (Miles et al., 2018).

Analisis data dalam penelitian komunikasi dakwah *Shift* berkaitan dengan proses menyusun dan menggabungkan data ke dalam pola, tema dan kategori, sedangkan penafsiran adalah memberikan makna kepada analisis, menjelaskan pola atau kategori, dan mencari hubungan antara beberapa konsep. Penafsiran menggambarkan perspektif peneliti bukan kebenaran. Analisis dan penafsiran data dalam penelitian kualitatif pada dasarnya bukan merupakan hal yang berjalan bersama, keduanya dilakukan sejak awal penelitian. Analisis data dilakukan agar data komunikasi dakwah *Shift* di *Channel Youtube Shift Media* yang telah diperoleh akan lebih bermakna. Analisis data komunikasi dakwah *Shift* merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.

Teknik terakhir yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber data. Peneliti membandingkan atau mengecek ulang informasi yang diperoleh dari wawancara narasumber yang berbeda dan observasi lapangan (Moleong, 2018). Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan data dari informan dengan hasil pengamatan terhadap pemuda hijrah di kolom komentar *Channel Youtube Shift Media* dengan kolom komentar di akun Instagram *@Shiftmedia.id* dan anggota *Shift* yang biasa mengikuti kajian secara *offline*.

## **Hasil dan Pembahasan**

Pembahasan menggunakan teori Interaksi Simbolik dengan tiga asumsi dasar, yaitu *mind*, *self* dan *society* guna melihat representasi busana muslim yang ditampilkan di *Channel Shift Media Youtube*.

### ***Ustaz Hanan Attaki sebagai Simbol Pemuda Hijrah***

Pemilihan media sosial dilakukan untuk memperluas jangkauan dakwah *Shift* di berbagai kota di Indonesia. Tentunya hal tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan pemilihan yang tepat atau dengan menetapkan prinsip-prinsip pemilihan media sesuai dengan kalangan milenial. Namun *Shift* menyadari bahwa tidak ada satu media pun yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karakteristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda yang tentunya telah menjadi perhatian *Shift* dalam melakukan dakwah di media sosial. Selain itu, sasaran khalayak gerakan Pemuda Hijrah dalam *Channel Youtube Shift Media* ini merupakan para



generasi milenial yang memang aktif dalam menggunakan media sosial termasuk *Youtube* sebagai media untuk mendapatkan informasi.

Peneliti melakukan observasi dan menganalisis dokumentasi berupa video yang dibagikan melalui media sosial Ustaz Hanan Attaki. Dengan pengikut media sosial Instagram sebanyak 8,9 juta *followers*, Ustaz Hanan Attaki secara aktif berkomunikasi dengan pengikutnya di dalam kolom komentar. Tanpa mengesampingkan performa ustaz lain, ustaz lain tetap menjadi jalur alternatif figur selain Ustaz Hanan Attaki yang memang sudah dikenal oleh milenial. Dengan demikian, untuk meningkatkan daya tarik Pemuda Hijrah, mereka membentuk konten-konten video pendek dengan Ustaz Hanan Attaki sebagai pengisi suara dalam video tersebut.

Berdasarkan hal tersebut jelas bahwa Ustaz Hanan Attaki mengkomunikasikan dakwah dengan cara mengisi konten di media sosialnya. Salah satunya terlihat melalui klip video dengan judul “Nongkrong Bareng UHA” yang menunjukkan bahwa hijrah tidak akan dapat dihalangi oleh apapun termasuk hobi seperti *parkour*, *skateboard*, panjat tebing dan lainnya dengan hashtag *#Shiftdiary*.



Gambar 1. Konten video *#Shiftdiary*

Hasil analisis dokumentasi dan observasi menunjukkan bahwa video klip *Shift* dan Ustaz Hanan Attaki menekankan bahwa hobi merupakan ruang dakwah yang sebenarnya tidak selalu harus ditinggalkan. Terlihat Pemuda Hijrah dengan menggunakan busana *jumpsuit* saat bermain *skate* dan sepeda tetapi dalam videonya masih membawakan kajian dakwahnya Ustaz Hanan Attaki. Kelompok atau perkumpulan hobi

merupakan aspek yang potensial untuk diisi dakwah, dengan demikian para pelaku perlu terlibat dan mempromosikan dakwah yang sesuai dengan keinginan pemuda tanpa menggerus nilai-nilai Islam. Pola dakwah seperti ini begitu identik dengan *Shift* di mana tingkat penerimaan oleh pemuda terkait konsep ini begitu signifikan di mana dalam video klip tersebut diputar lebih 500 ribu kali dan 2.401 komentar.

Situasi komunikasi dakwah yang ditampilkan Ustaz Hanan Attaki biasanya dikonsepsikan atau direncanakan terlebih dahulu sehingga situasi yang dialami jamaah dapat sejalan dengan tujuan dakwah. Situasi tersebut dibuat oleh tim *Shift* sebisa mungkin mengatur dan menciptakan situasi dakwah agar sesuai dengan tema dan terdapat timbal balik dari jamaah seperti dengan tertawa ataupun menangis karena menghayati substansi tema yang dibawakan Ustaz Hanan Attaki dalam suatu ceramah. Pentingnya pembuatan situasi dalam dakwah Ustaz Hanan Attaki didasarkan pada pembuatan fantasi yang ideal bagi jamaah terhadap substansi-substansi nilai Islam dalam suatu cerita ceramah. Pada sisi ini Buni Asfian sebagai *Road Manager* mengemukakan bahwa:

*“Pembuatan situasi menjadi penting bagi Shift karena ini menyangkut penyampaian informasi yang dapat diterima. Bagaimana mungkin kalo situasinya tidak sesuai akan masuk seluruh informasinya? Jadi kita membuat situasi dalam ceramah se-kasual mungkin dan ustaz menjadi figur penting.”* (BA, wawancara, 20 Januari 2021)

Dalam video yang diunggah di *Shift Media Channel Youtube* tersebut, terdapat banyak konten dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Hanan Attaki. Adapun topik utamanya adalah materi dakwah Islam tetapi dihubungkan dengan persepsi anak muda seperti berhenti menyebarkan berita dari media sosial yang belum pasti kebenarannya. Hal tersebut bertujuan agar kita meninggalkan dosa dan berbuat kebaikan dengan memakai sudut pandang generasi milenial. Ustaz Hanan Attaki ingin menanamkan pada generasi milenial bahwa Islam itu perlu pola pikir, namun tetap memiliki landasan aqidah.



Gambar 2. Ustaz Hanan Attaki memakai busana yang kasual dalam memberikan dakwah di *Shift Media Channel Youtube*

Menariknya, dalam setiap unggahan tersebut Ustaz Hanan terlihat memakai busana yang lebih kasual dibandingkan dengan ustaz-ustaz yang lain saat menjelaskan bahwa Allah tidak sama dengan makhluk-Nya. Ustaz Hanan selalu memberikan pesan di dalam setiap kajian dakwahnya agar pakaian kasual tidak menghalangi kita untuk mendatangi kajian-kajian ustaz lainnya. Dalam berinteraksi dengan Allah, Ustaz Hanan menjelaskan bahwa busana tidak dapat menghalangi umat-Nya dalam beribadah. Islam itu ideal, tidak perlu takut hukumnya hingga melupakan moralnya. Itulah yang ingin Ustaz Hanan tanamkan pada generasi muda dengan membentuk persepsi yang benar.

### ***Representasi Busana Muslim Pemuda Hijrah***

Melihat busana yang digunakan oleh Ustaz Hanan Attaki dalam kesehariannya dan saat ceramah tidak dapat dibedakan. Dalam interaksi simbolik, diungkapkan mengenai *Mind* atau pikiran, di mana manusia diberikan kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka dengan cara berinteraksi dengan individu lainnya (Littlejohn & Foss, 2016). Dalam penelitian ini busana yang pada dasarnya netral menjadi memiliki makna yang dapat diinterpretasikan oleh pengikutnya.

Ustaz Hanan Attaki memiliki cara yang berbeda dalam berceramah, perbedaan bukan saja identik bagaimana cara Ustaz Hanan Attaki menyampaikan pesan kepada

jamaah yang umumnya bercerita tentang masalah sosial pemuda, namun juga bagaimana Ustaz Hanan Attaki sebisa mungkin dapat berpakaian sesuai dengan karakter para pemuda. Jangan bayangkan ustaz mengenakan jubah dan sorban. Bukan pula baju takwa dan sarung yang biasa digunakan ulama, justru Hanan Attaki kerap tampil dengan kemeja, kaos atau *sweater* dan penutup kepala model reggae (topi kupluk).



Gambar 3. Busana Ustaz Hanan Attaki saat berdakwah

Ustaz Hanan Attaki memakai kupluk atau topi, memakai kaca mata hitam yang umumnya digunakan para milenial, memakai kaos, kemeja *flannel* atau *sweater*, celana panjang dan sepatu yang begitu identik dengan segmen pemuda. Cara berpakaian tersebut tentunya memberikan situasi ceramah yang berbeda dengan ceramah-ceramah lainnya yang biasanya identik dengan pakaian muslim. Dalam teori interaksi simbolik, *self* atau diri pribadi, yaitu kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain (Mulyana, 2018). Dalam hal ini, Ustaz Hanan Attaki mencoba untuk merefleksikan ide dan gagasan dakwahnya dengan gaya yang berbeda, salah satunya dengan merepresentasikan gaya berbusananya.

*“Konsep Ustaz Hanan akan selalu seperti item memakai kupluk, sweater, kaca mata, dan memegang mic. Sejauh ini karena konsep simbol itu memang memang masih sesuai. Yang diharapkan ustaz menjadi bagian dari Jamaah, ini penting untuk mendapatkan kesesuaian bahwa jamaah dengan ustaz adalah sama.” (FK, wawancara, 12 Oktober 2020)*

Tujuannya adalah Ustaz Hanan Attaki dapat membaur dengan jamaah dan dengan leluasa mengkomunikasikan kesamaan simbol berpakaian remaja sehingga memungkinkan penyatuan dengan para jamaah, penyatuan dengan jamaah dianggap penting untuk memberikan ruang penerimaan jamaah dengan Ustaz Hanan Attaki. Pada awal ceramah, Ustaz Hanan Attaki bermula melakukan salam kepada para jamaah. Selain itu Ustaz Hanan Attaki mencoba menjelaskan bagaimana profil pribadi kepada untuk mengenalkan lebih dekat Ustaz Hanan Attaki dengan para jamaah yang notabene anak muda. Ustaz Hanan Attaki lalu memulai dakwah melalui dengan kalimat-kalimat yang sederhana dan tidak sulit untuk diterjemahkan oleh para jamaah. Candaan dimasukkan pada sela-sela untuk menghindari kejenuhan para jamaah dan agar suasana komunikasinya menjadi lebih kasual. Pada sisi ini Ustaz Hanan Attaki mencoba untuk menyetarakan posisi antara komunikator dengan komunikan tidak hanya dari busana yang kasual tetapi juga memberikan pesan yang setara melalui kalimat-kalimat candaan.

Konsep teori interaksi simbolik yang terakhir yaitu *Society* atau masyarakat, melihat adanya hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu di tengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya (Ritzer & Goodman, 2014) Melalui ceramah Ustaz Hanan Attaki, mengkomunikasikan pesan-pesan terkait nilai-nilai Islam yang diiringi dengan contoh atau fenomena sosial yang sering dialami oleh para pemuda. Fenomena sosial yang dimaksud adalah terkait realitas masalah-masalah kehidupan para pemuda khususnya bagaimana seorang pemuda dapat menyelesaikan masalah-masalah sosial melalui operasionalisasi nilai-nilai Islam, seperti harus memakai gamis saat datang ke sebuah kajian. Karena kebutuhan tersebut membuat para jamaah fokus terhadap apa yang dilakukan Ustaz Hanan Attaki termasuk di dalamnya pada *gesture*.

Sebagai anggota *Shift* dan pengurus inti sejak tahun 2015, Marsel dapat mengkonfirmasi bahwa mode atau gaya berpakaian Ustaz Hanan Attaki banyak ditiru oleh khalayak yang ikut dalam kajian secara *offline*, dengan pernyataan sebagai berikut:

*“Kebanyakan dari mereka menilai mulai dari pakaian, banyak hal yang tadinya gayanya formal, formal teh dalam arti Islam, banyak yang berganti menjadi cara berpakaian seperti Ustaz Hanan, mereka meniru hal itu lebih dulu, nah kalo kaya gaya bicara gaya yang lain mah ga terlalu banyak diikuti, justru kalo urusan masalah kaya gitu mah lebih ke gayanya Ustaz Abdul Somad, Ustaz Adi Hidayat, cuman kalo bicara masalah mode*

*atau pakaian adalah komunikasi mereka lebih ke situ, ke Ustaz Hanan atau Shift nya sendiri.” (M, wawancara, Februari 2021)*

Peristiwa komunikasi penting guna mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan kuantitas dakwah secara sistematis dan berproses pada dakwah yang lebih efektif di *Channel Media Shift Youtube*. Pengaturan yang dilakukan oleh tim *Shift* biasanya dengan memperhatikan berbagai karakter dan gaya ceramah Ustaz Hanan Attaki sehingga dimungkinkan memperkecil berbagai kesalahan-kesalahan dalam setiap peristiwa komunikasi dakwah. Dengan demikian jelas bahwa *setting* walaupun tidak serta merta meningkatkan mutu dakwah namun setidaknya upaya ini dapat memungkinkan upaya untuk meminimalisir berbagai kesalahan-kesalahan yang dilakukan Ustaz Hanan Attaki.

Menurut Widdy sebagai *team cyber Shift* pengaturan dilakukan dalam rangka menjaga ciri khas dari setiap dakwah di *Channel Media Shift Youtube* adalah dengan busana muslim kasual yang dipakai oleh Ustaz Hanan Attaki dan Pemuda Hijrah, sehingga dapat menjadi pembeda dengan metode dakwah lainnya khususnya pada dakwah yang masih bersifat konvensional. Temuan tersebut mencerminkan bahwa pengaturan harus memperhatikan perbedaan Pemuda Hijrah dengan organisasi dakwah lainnya.

*“Shift dapat diumpamakan seperti produk telepon genggam Apple melalui sistem IOS yang terus menjadi pembeda dari sistem yang hampir sama seperti Android melalui berbagai produk seperti Samsung. Hal ini memperlihatkan bahwa Shift menganggap bahwa pengaturan merupakan aspek yang strategis khususnya bagaimana organisasi ini terus fokus pada pemuda.” (W, wawancara, Februari 2021)*

Terdapat aspek lain yang peneliti temukan ketika komunikasi dakwah yang dilakukan *Shift* tidak seluruhnya bersifat alamiah/natural, hal ini memperlihatkan bahwa Ustaz Hanan muncul bukan saja atas kontribusi personal, namun *Shift* sebagai tim terus menunjukkan kontribusinya khususnya sebisa mungkin Ustaz Hanan Attaki dapat sesuai dengan karakteristik pemuda hijrah. Adapun hal ini sebagaimana pendapat Widdy yang mengemukakan bahwa:

*“Pakaian Ustaz Hanan memang begitu konsepnya, mirip dengan pemuda. Tapi kami juga tidak ingin memaksakan ustaz untuk memakai yang terlalu muda banget, sesuai saja. Kita pilih yang pantesnya saja dengan memperhatikan kecocokan pakaian dengan ustaz nya sendiri saat melakukan kegiatan dakwah baik itu online atau offline.” (W, wawancara, Februari 2021)*

Peneliti juga menemukan bahwa *setting* situasi masuk ke dalam konten yang akan dibawakan Ustaz Hanan Attaki, konten dalam arti ini bagaimana Ustaz Hanan Attaki dapat optimal membawa perasaan para jemaah sehingga terdapat interaksi sama dalam suatu cerita dakwah yang dapat menimbulkan persamaan perspektif yang berujung pada penghayatan oleh para jemaah terkait nilai ataupun dosa-dosa yang pernah dilakukan para jemaah. Dengan demikian pesan akan membawa situasi jemaah dan hal ini membuat jemaah merasa sesuai dengan berbagai ceramah yang dilakukan *Shift*.

Ustaz Hanan Attaki memiliki cara yang berbeda dalam berceramah, perbedaan bukan saja identik bagaimana cara Ustaz Hanan Attaki menyampaikan pesan kepada jemaah yang umumnya bercerita tentang masalah sosial pemuda, namun juga bagaimana Ustaz Hanan Attaki sebisa mungkin dapat berpakaian sesuai dengan karakter para pemuda. Ustaz tidak mengenakan jubah dan sorban, atau baju takwa dan sarung yang biasa digunakan ulama, justru Hanan Attaki kerap tampil dengan busana kasual yang begitu identik dengan segmen pemuda. Cara berpakaian tersebut tentunya memberikan situasi ceramah yang berbeda dengan ceramah-ceramah lainnya yang biasanya identik dengan pakaian muslim.

Dalam etnografi konvensional didominasi perspektif yang diadopsi dari interpretivist yaitu melihat masyarakat sebagai situs sosial. Pemuda Hijrah sebagai informan dalam penelitian ini dipandang sebagai penyusun nalar aktif yang bertujuan untuk menangkap dan menampilkan konsensus budaya dalam cara yang nyata. Pemuda Hijrah ingin menyingkirkan pandangan bahwa ada kasta dalam berbusana muslim, bagi mereka yang penting adalah pakaian yang dipakai baik saat sehari-hari ataupun saat datang ke kajian harus bersih, karena bersih itu merupakan sebagian dari iman.

Dalam penelitian ini, peneliti fokus kepada representasi busana muslim Pemuda Hijrah dalam lingkungan media virtual, maka batasan wilayah penelitian ini (lokus atau situs) harus dibatasi pada komunikasi yang hanya berlangsung media virtual seperti Youtube, Instagram dan media sosial lainnya. Sehingga peneliti sebagai etnografer yang sudah ikut bergabung selama enam tahun terakhir dapat menentukan lokasi penelitian yang relevan dan terfokus yaitu *Channel Youtube Shift Media* yang berisi kegiatan komunikatif dakwah yang cukup tinggi. Tapi, peneliti juga ikut mencermati beberapa konten yang berisi pesan yang bermakna dengan menggunakan busana muslim yang membentuk citra dari pemuda hijrah secara *offline* dengan cara ikut datang ke kajian yang

diselenggarakan di berbagai tempat khususnya di daerah Bandung. Selain itu, karena peneliti merupakan anggota *Shift*, maka peneliti juga mendapatkan data deskriptif yang banyak dan valid untuk dapat melihat interaksi antar anggota *Shift* dan *subscriber Channel Shift Media Youtube*.

Menggunakan busana muslim yang kasual merupakan salah satu strategi yang membawa komunikasi dakwah ke dalam tingkat yang lebih tinggi dari sebelumnya. Bukan hanya dalam cara dakwahnya tapi juga berdampak kepada perilaku anak muda, menghapus pandangan busana muslim seperti gamis yang sebelumnya telah melekat. Karena dengan strategi ini, anak muda bukan hanya tidak malu untuk menghadiri pengajian namun juga tidak malu untuk mempromosikan kepada teman-temannya. Pada akhirnya, promosi berjalan dengan lancar dari mulut ke mulut, dari unggahan di *Channel Media Shift Youtube* dan masyarakat, sehingga tidak lagi hanya dari Pemuda Hijrah sebagai penyelenggaranya. Adapun keberhasilan yang harus ditekankan di sini bahwa strategi memakai busana muslim kasual ini memberikan nuansa yang baru dalam dakwah dan tidak meninggalkan cara yang lama, tetapi menambah strategi baru dalam berdakwah.

## **Penutup**

Representasi busana muslim yang ditampilkan dalam video komunikasi dakwah Pemuda Hijrah di *Channel Youtube Shift Media* bertujuan untuk melakukan pembauran dengan jamaah anak muda, dan dengan leluasa mengkomunikasikan kesamaan simbol berpakaian remaja sehingga memungkinkan untuk dapat memperbaiki keadaan sosial terutama di generasi milenial. Dengan menentukan segmentasi khalayak, *creator* di dalam *Channel Youtube Shift Media* mencoba untuk menggeser busana muslim menjadi busana kasual yang lebih masuk ke golongan anak muda atau milenial.

Proses konstruksi makna denotatif busana muslim yang terlihat dalam video dakwah Pemuda Hijrah di *Channel Media Shift Youtube* ditandai oleh Ustaz Hanan Attaki yang kerap tampil dengan menggunakan kemeja, kaos atau *sweater* dan penutup kepala model reggae (topi kupluk). Selain itu, Ustaz Hanan Attaki memakai kacamata hitam yang umumnya digunakan para milenial, memakai kaos ataupun *sweater*, celana panjang dan sepatu yang begitu identik dengan segmen pemuda.

Proses konstruksi makna konotatif dalam video dakwah Pemuda Hijrah di *Channel Media Shift Youtube* yang kemudian membentuk cara pandang generasi milenial



tentang pakaian/busana muslim. Strategi tersebut ini membawa dakwah ke tingkat yang lebih tinggi dari sebelumnya. Bukan hanya dalam cara berdakwah, namun juga berdampak kepada perilaku anak muda, seperti menghapus stigma yang sebelumnya telah melekat. Karena dengan strategi ini, anak muda bukan hanya tidak malu untuk menghadiri pengajian namun juga tidak malu untuk mempromosikan kepada teman-temannya melalui media sosial pribadi. Pada akhirnya, promosi berjalan dengan lancar dari mulut ke mulut, dari saling berbagi unggahan di *Channel Media Shift Youtube*, sehingga tidak lagi hanya dari Pemuda Hijrah sebagai penyelenggaranya. Adapun keberhasilan yang harus ditekankan di sini bahwa strategi ini memberikan nuansa yang baru dalam dakwah dan tidak meninggalkan cara yang lama.

### **Daftar Pustaka**

- Damayanti, S. I. (2014). Perkembangan Desain Busana Muslim Dalam Tinjauan Sosiologis. *Corak*, 3(1), 53–63. <https://doi.org/10.24821/corak.v3i1.2344>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. LKIS.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). *Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makassarvidgram*. 5(2).
- Helmy, M., & Ayuni, R. D. (2019). Komunikasi Dakwah Digital : Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line ( Studi Deskriptif Pada Akun Line 3Safa ). *MUTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Hisyam, M., Turmudi, E., Purwoko, D., & Santoso, W. M. (2019). *Fesyen Muslimah dan Transformasi Kultural*. LIPI.
- Irama, D. H. (2012). *Busana Wanita Muslim Sebagai Presentasi Diri Dina Hakha Irama*.
- Istiani, A. N. (2015). Konstruksi Makna Hijab Fashion Bagi Moslem Fashion Blogger. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(1), 48–55. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol3n1.6>
- Khumaedi, T., & Fatimah, S. (2019). Urgensi Dakwah Melalui Media Sosial. *Jurnal Al-Mubin*.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage Publications.
- Liebermann, R. (2021). Clothing and body modification in the Hebrew Bible. *Religion Compass*, 15(3), 1–15. <https://doi.org/10.1111/rec3.12389>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2016). *Ensiklopedia Teori Komunikasi*. Kencana.
- Mahadi, U. (2012). *Komunikasi Dakwah Kaum Migran Studi Komunikasi Antarbudaya Dengan Pendekatan Fenomenologi Pada Dai Kaum Migran Dalam Dakwah Islam di Kota Bengkulu* (Disertasi, Universitas Padjadjaran).
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2018). *Qualitative Data Analysis*. Sage Publications.
- Moleong, L. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remadja Karya.
- Mulyana, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Myers, K. K., & Sadaghiani, K. (2010). Millennials in the Workplace: A Communication Perspective on Millennials' Organizational Relationships and Performance. *Journal of Business and Psychology*, 25, 225–238.

- Nazir, M. I. (2019). Media Sosial dan Wanita Menurut Islam. *Prosiding Seminar Sains Teknologi Dan Manusia 2019*, 32(2016), 1527–1536.
- Nurrahmi, F., & Farabuana, P. (2020). Efektivitas Dakwah melalui Instagram. *Nyimak: Journal of Communication*, 4(1), 1–16.
- Omar, F. I., Rosli, H. F., Zakaria, N. A., & Abdullah, N. N. D. (2015). Hubungan Penggunaan Media Sosial Dan Penerimaan Mesej Dakwah. *Proceeding of the 2nd International Conference on Management and Muamalah 2015, November*, 181–191. [http://www.kuis.edu.my/icommm/2nd/download/IC\\_013.pdf](http://www.kuis.edu.my/icommm/2nd/download/IC_013.pdf)
- Pratama, Y. (2019). Konstruksi Sosial Pada Pengguna Cadar dan Celana Cingkrang Studi Deskriptif Tentang Konstruksi Sosial Pada Pengguna Cadar Dan Celana Cingkrang Di Kabupaten Garut Yonas Pratama Fakultas Komunikasi dan Informasi , Konsentrasi Public Relations , Universitas. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*.
- Rahman, T. (2020). Komunikasi Dakwah Untuk Kaum Milenial Melalui Media Sosial. *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 10(Desember), 67–85. [www.ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id](http://www.ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id)
- Ritonga, M. (2019). Komunikasi Dakwah Zaman Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol.3(1), 60–77.
- Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2014). *Teori Sosiologi*. Kreasi Wacana.
- Sadly, E. (2018). Manajemen Dakwah Media Sosial : Telaah Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)*, 3(2), 44–50.
- Sari, A. N., & Mahadian, A. B. (2018). Perilaku Komunikasi Pelaku Hijrah Studi Fenomenologi Pelaku Hijrah dalam *Shift* Gerakan Pemuda Hijrah di Kota Bandung. *LINIMASA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Setiawati, K. (2019). *Hijrah Baru Di Kalangan Anak Muda Antara Keshalehan Dan Gaya Hidup*.
- Sumadi, E. (2016). Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(1), 173–190. <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2912/2083>
- Wibowo, I. S. W. (2011). *Semiotika Komunikasi*. Mitra Wacana.