

Menjadi Muslim Urban: Negosiasi Identitas dan Kesalehan Anak Muda Indonesia

Akhmad Ramidi¹, Suhaili²

^{1,2}, STID Mustafa Ibrahim Al-Ishlahuddiny Kediri, Indonesia

Email Penulis Koresponden: akhmadramidi765@gmail.com

Volume 3 Nomor 2 2025

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat artikel:

Diterima: Agustus 2025

Direvisi: Oktober 2025

Diterima: Desember 2025

Keyword:

Urban Muslim Youth,
Identity, Islamic Community

ABSTRAK

Urban youth in Indonesia have become increasingly prominent in the past two decades, in line with the pace of urbanization, globalization, and the development of digital technology. Urban Muslim youth are not only consumers of popular culture but also important actors in constructing Islamic identities in the public sphere, both through hijrah communities, digital da'wah, and everyday practices. This article examines the dynamics of urban youth negotiating identities, forming communities, and participating in the social and political life of citizenship. This research method uses a literature study approach and discourse analysis to highlight how young people shape *urban Muslims*. This article shows that young urban Muslims construct hybrid identities that combine religiosity with modern lifestyles, develop solidarity through hijrah communities, and expand their socio-political roles through digital spaces. This article emphasizes that the process of becoming *urban Muslims* is a creative response by young people to the challenges of modernity and a new form of religiosity in the global era.

© JDSK 2025, Semua hak dilindungi undang-undang
ISSN: 2774-3152 (Online) 2355-1690 (Cetak)

PENDAHULUAN

Dalam dua dekade terakhir, Islam Indonesia mengalami transformasi signifikan di ruang publik urban. Generasi muda Muslim, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta, mulai mengekspresikan religiusitasnya melalui gaya hidup, komunitas digital, dan simbol budaya populer. Ihwal ini menandai munculnya bentuk baru keberagamaan yang menegosiasikan kesalehan dengan modernitas, yang mencerminkan pergeseran dari Islam normatif ke Islam ekspresif (Hasan, 2009; Nisa, 2021). Dalam konteks inilah, studi tentang anak muda Muslim urban menjadi penting untuk memahami bagaimana Islam Indonesia berkembang di tengah arus globalisasi, ekonomi digital, dan budaya pop global. Transformasi Islam ini tidak dapat dilepaskan dari konteks perubahan sosial yang lebih luas. Urbanisasi telah melahirkan kelas menengah Muslim dengan mobilitas sosial tinggi, akses

pendidikan, dan intensitas penggunaan teknologi digital yang masif (Fealy & White, 2008; Weng, 2014). Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi arena utama bagi anak muda Muslim untuk menampilkan diri, mengonstruksi identitas, dan membangun komunitas keagamaan. Keberagamaan ini tidak lagi bersifat privat, tetapi tampil sebagai ekspresi publik yang bersifat performatif dan interaktif. Fenomena ini menandai pergeseran paradigma dari “Islam normatif” ke “Islam ekspresif”, di mana identitas keislaman dinegosiasikan melalui simbol, gaya hidup, dan narasi digital (Akmaliah, 2021; Nisa, 2021).

Penelitian sebelumnya, telah membahas kebangkitan Islam di ruang urban, baik dari aspek ideologi, gerakan sosial, maupun ekonomi keagamaan (Pribadi dan Ghufroon 2019), (Bruinessen, 2018) bahwa munculnya kelas menengah Muslim yang mengekspresikan religiusitasnya, yaitu melalui konsumsi produk halal dan komunitas dakwah modern. (Hasan, 2009) juga menyoroti fenomena *public Islam* sebagai ekspansi nilai-nilai Islam ke ranah publik melalui media dan komunitas. Sementara (Kailani, 2018) menelusuri bagaimana moralitas dakwah di kalangan anak muda dipengaruhi oleh gerakan tarbiyah dan budaya populer. Melanjutkan studi sebelumnya, artikel ini berupaya mengisi kekosongan kajian ini yang membuat dinamika anak muda urban yang menegosiasikan identitas, membentuk komunitas, serta berpartisipasi dalam kehidupan sosial dan politik kewarganegaraan. Kajian tentang anak muda lebih menekankan pada aspek subkultur, kreativitas, dan gaya hidup sekuler (Hidayatullah, 2015). Sedangkan studi tentang Islam urban banyak berfokus pada aspek politik identitas, revivalisme, atau institusionalisasi dakwah (Eickelman & Anderson, 1999; Fealy & White, 2008).

Kesenjangan ini menunjukkan bagaimana identitas dan kesalehan anak muda Muslim urban dibentuk melalui dialektika antara budaya pop, media digital, dan spiritualitas Islam di kota-kota Indonesia kontemporer. Belum banyak penelitian yang mengkaji secara mendalam bagaimana anak muda Muslim mengartikulasikan religiusitasnya di tengah tekanan modernitas dan globalisasi, serta bagaimana mereka menggunakan simbol dan komunitas untuk membangun legitimasi sosial di ruang publik urban. Selain itu, masih minim kajian yang melihat fenomena hijrah bukan hanya sebagai gerakan moral, tetapi juga sebagai praktik kultural yang mereproduksi otoritas keagamaan dan membentuk solidaritas sosial baru.

Dalam konteks inilah, artikel ini mengintegrasikan dua arus besar kajian, yaitu studi tentang anak muda urban dan studi tentang Islam Indonesia kontemporer. Berbeda dari studi sebelumnya yang memisahkan antara keduanya, artikel ini melihat proses menuju “*Muslim urban*” sebagai arena di mana modernitas, media, dan kesalehan saling berinteraksi. Pendekatan ini memungkinkan pembacaan yang lebih kompleks terhadap bagaimana identitas Muslim dibangun bukan semata melalui dogma atau institusi keagamaan, tetapi juga melalui praktik budaya, konsumsi media, dan komunitas digital. Dengan menyoroti komunitas hijrah sebagai representasi utama anak muda Muslim urban, penelitian ini berupaya memahami bagaimana mereka menegosiasikan religiusitas di antara logika kapitalisme digital, otentisitas spiritual, dan kebutuhan akan pengakuan sosial (Castells, 2023; Heryanto, 2015).

Secara konseptual, fenomena anak muda urban menuju Muslim urban ideal juga dapat dibaca dalam kerangka masyarakat jaringan (*network society*) yang dikemukakan oleh (Castells, 2023) di mana identitas sosial terbentuk melalui interaksi simultan di ruang fisik dan virtual. Di satu sisi, komunitas hijrah menawarkan rasa aman, kebersamaan, dan makna di tengah individualisme kota; di sisi lain, ia juga menjadi ruang produksi simbol dan komoditas yang memperkuat ekonomi dakwah. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa urban Islam bukan sekadar fenomena spiritual, tetapi juga representasi perubahan sosial dan kultural yang khas Indonesia, di mana agama bertransformasi menjadi gaya hidup (*lifestyle Islam*). Fenomena ini penting dikaji karena menunjukkan arah baru Islam Indonesia bukan hanya sebagai sistem nilai, tetapi juga sebagai praktik sosial yang cair, kreatif, dan adaptif terhadap modernitas.

Artikel ini berupaya menjawab pertanyaan utama: Bagaimana proses negosiasi identitas dan kesalehan anak muda Muslim urban menggambarkan transformasi Islam Indonesia di tengah modernitas, media digital, dan budaya populer. Pertanyaan turunan yang menyertainya meliputi: pertama, bagaimana komunitas hijrah menjadi ruang sosial bagi pembentukan identitas dan kesalehan anak muda urban; kedua, bagaimana media sosial memediasi ekspresi dan representasi religiusitas; serta ketiga, bagaimana praktik kesalehan urban berkontribusi terhadap pembentukan etika sosial dan politik kewarganegaraan baru di Indonesia. Dengan demikian, artikel ini berkontribusi terhadap pemahaman Islam Indonesia kontemporer, khususnya dalam melihat bagaimana kelas menengah Muslim dan generasi muda menegosiasikan nilai-nilai religius dalam konteks urban dan digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan analisis wacana. Data diperoleh dari literatur akademik tentang kaum muda, urbanisme, dan kebangkitan Islam di Indonesia, dan pengamatan terhadap aktivitas komunitas hijrah di media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Analisis dilakukan dengan menyoroti tiga dimensi utama: pertama, identitas anak muda Muslim urban; kedua, peran komunitas hijrah sebagai arena sosial keagamaan; dan ketiga, dinamika sosial yang meliputi budaya populer, praktik kesalehan, dan kewarganegaraan digital. Kerangka teoretis mengacu pada konsep *network society* dan *imagined communities*) serta literatur tentang kesalehan digital dan budaya pop Islami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Urban Menuju Urban Muslim

Konsep *hijrah* dalam Islam, yang pada awalnya bermakna perpindahan fisik Nabi dan sahabat dari Makkah ke Madinah, diartikulasikan ulang oleh generasi muda urban sebagai perpindahan moral dan eksistensial menuju kehidupan yang lebih religius. Reinterpretasi ini menunjukkan dinamika pemahaman ajaran Islam di tengah modernitas dan budaya digital Indonesia. Identitas merupakan aspek mendasar dalam memahami kaum muda sebagai kelompok sosial yang dinamis (Sakti dan Yulianto 2013). Dalam konteks urban, pembentukan identitas semakin kompleks karena dihadapkan pada keragaman budaya, arus globalisasi yang deras, dan tekanan modernitas. Anak muda di perkotaan

tidak hanya dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi, gaya hidup konsumtif, dan persaingan kerja, tetapi juga menghadapi krisis makna dan keterasingan sosial (Laana & Sukri, 2022; Rijal, 2022). Situasi ini mendorong lahirnya pencarian identitas baru, salah satunya melalui afiliasi keagamaan.

Di Indonesia, Islam menjadi salah satu referensi utama bagi anak muda urban dalam menegosiasikan identitas mereka, yang pada gilirannya membentuk fenomena yang sering disebut “urban Muslim” (Weng, 2014). Fenomena ini mencerminkan transformasi di mana kaum muda perkotaan secara aktif mengintegrasikan nilai-nilai keislaman ke dalam gaya hidup modern dan sering dimediasi oleh komunitas hijrah dan platform digital (Wadi dan Bagaskara 2022; Rahman dan Mufti 2021). Sosiolog klasik seperti Erik Erikson dalam bukunya (Maree, 2021) menegaskan bahwa masa muda adalah fase pencarian identitas, di mana individu berusaha menemukan kebutuhan diri melalui interaksi sosial. Di ruang urban, krisis identitas ini semakin jelas karena anak muda harus menghadapi fragmentasi nilai dan simbol yang beragam. Kota memang menyediakan banyak pilihan gaya hidup, mulai dari sekuler, global, hingga religius. Namun, tidak semua pilihan memberikan rasa kepastian dan makna mendalam. Oleh karena itu, banyak anak muda urban mulai beralih ke agama sebagai sumber otoritas moral dan orientasi hidup.

Studi tentang agama, khususnya Islam, menawarkan “ruang aman” bagi kaum muda untuk menegaskan identitas mereka (Ryan, 2014). Di sinilah, proses hijrah yang marak di kalangan anak muda urban sebagai respon terhadap krisis eksistensial yang di alami. Hijrah di sini bukan sekadar perpindahan keagamaan, tetapi juga representasi dari pencarian makna hidup otentik di tengah modernitas. Globalisasi dan perkembangan teknologi digital merupakan faktor penting dalam pembentukan identitas anak muda urban. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas dan arena pertukaran simbol. Anak muda membangun citra diri melalui apa yang mereka konsumsi, bagikan, dan tampilkan di platform digital. Dalam konteks Muslim urban, media sosial adalah media yang efektif untuk mengekspresikan identitas keislaman secara visual dan performatif (Ramidi, 2021).

Seperti yang di catat (Castells, 2023), identitas dalam masyarakat jaringan (*network society*) tidak lagi statis, tetapi terbentuk melalui interaksi konstan di ruang virtual dan fisik. Bagi anak muda Muslim, Instagram, YouTube, Facebook dan TikTok menjadi ruang utama untuk menampilkan gaya hidup Islami, mulai dari penggunaan hijab syar’i, kutipan ayat Qur’an, hingga video kajian singkat (Münch et al., 2001; Taufiq et al., 2022). Fenomena ini mengindikasikan bahwa identitas Muslim urban tidak hanya hasil dari internalisasi nilai, tetapi juga konstruksi sosial yang diperkuat oleh teknologi digital (Muh. Ali Bagas, et.al, 2024). Selain itu, budaya populer juga memainkan peran penting. Musik Islami, film religi, hingga tren busana modest fashion menegaskan bahwa religiusitas tidak lagi dipisahkan dari estetika urban. Sebagaimana dicatat oleh (Nisa, 2021), hijrah di kalangan anak muda sering menunjukkan kombinasi antara kesalehan religius dan gaya hidup modern. Dengan demikian, identitas Muslim urban terbentuk melalui dialektika antara iman, estetika, dan konsumsi budaya populer (Heryanto, 2015).

Identitas anak muda urban menuju Muslim urban sebenarnya berada di persimpangan antara globalisasi, modernitas, dan spiritualitas. Di satu sisi, identitas ini merepresentasikan perlawanan terhadap gaya hidup hedonistik sekuler perkotaan. Di sisi lain, ia justru menggunakan instrumen modernitas seperti media sosial, konsumsi, dan budaya populer untuk menegaskan eksistensinya (Kailani, 2018). Fenomena ini menunjukkan paradoks religiusitas sekaligus modernitas, kesalehan dan gaya hidup konsumtif. Namun, paradoks inilah yang menjadikan identitas Muslim urban khas dan berbeda dari bentuk-bentuk religiusitas sebelumnya. Anak muda tidak lagi mempraktikkan agama secara privat, tetapi menjadikannya bagian dari identitas sosial yang dapat ditampilkan, dinegosiasikan, dan bahkan dipasarkan. Dengan demikian, identitas anak muda urban menuju Muslim bukanlah sesuatu yang statis, tetapi hasil dari proses sosial yang terus berubah. Identitas ini terbentuk melalui dialektika antara krisis makna, pencarian spiritualitas, pengaruh media, dan simbol budaya. Dalam perspektif ini, anak muda Muslim urban dapat dilihat sebagai agen yang aktif dalam menciptakan makna baru tentang apa artinya menjadi Muslim di era urban dan digital.

Identitas anak muda Muslim urban banyak diekspresikan melalui simbol-simbol yang dapat dengan mudah dikenali di ruang publik. Fesyen Islami menjadi salah satu media utama. Tren jilbab syariah, gamis, dan penggunaan aksesoris Islami menunjukkan bagaimana pakaian tidak hanya berfungsi sebagai penutup aurat, tetapi juga sebagai identitas sosial. Dalam perspektif Pierre Bourdieu, simbol-simbol ini dapat dipahami sebagai “modal kultural” yang memberikan legitimasi sosial kepada pemakainya (Bourdieu, 2018). Selain fesyen, simbol-simbol lain muncul berupa konsumsi produk halal, penggunaan istilah keagamaan dalam interaksi sehari-hari, dan partisipasi dalam event dakwah akbar di ruang urban. Simbol-simbol ini menegaskan bahwa identitas Muslim urban dibentuk melalui praktik sehari-hari kolektif dan performatif. Media digital juga memperluas representasi ini. Influencer hijrah, ustaz muda, dan konten kreator Muslim berperan besar dalam membentuk selera religius anak muda. Identitas tidak lagi semata-mata diwariskan oleh lembaga formal seperti keluarga atau sekolah, tetapi juga direproduksi melalui figur publik yang hadir di ruang digital (Akmaliah, 2021).

Salah satu bentuk transformasi identitas anak muda urban adalah hijrah. Di mana hijrah sering dipahami sebagai pergeseran gaya hidup dari orientasi sekuler-hedonistik ke spiritualitas Islami. Proses ini tidak hanya ditandai dengan peningkatan praktik keagamaan, tetapi juga perubahan dalam gaya hidup sehari-hari, termasuk cara berpakaian, pilihan konsumsi, hingga pergaulan sosial. Menurut penelitian Alvara Research Center (2019), generasi milenial Muslim di Indonesia menunjukkan kecenderungan kuat untuk mengekspresikan religiusitasnya secara publik, baik melalui partisipasi komunitas hijrah maupun aktivitas digital. Hal ini menunjukkan bahwa hijrah bukan fenomena privat, melainkan gerakan sosial yang memvantu membangun identitas kolektif. Namun, fenomena ini juga tidak lepas dari kritik. Sebagian pengamat meenggap bahwa hijrah di kalangan anak muda urban rentan terhadap komersialisasi dan reduksi makna relegius menjadi gaya hidup belaka (Hoesterey, 2008; Masaaki, 2020). Namun demikian, hijrah tetap menjadi simbol penting dari bagaimana anak muda urban menegosiasikan identitas mereka di tengah tarik ulur antara modernitas dan spiritualitas.

Komunitas Kajian Offline dan Online

Komunitas merupakan elemen kunci dalam membentuk, memperkuat, dan melestarikan identitas sosial. Dalam konteks anak muda urban Muslim, komunitas tidak hanya berfungsi sebagai wadah interaksi sosial, tetapi juga sebagai arena pembelajaran, solidaritas, dan reproduksi simbol-simbol keagamaan. Kehadiran komunitas hijrah, majelis kajian, hingga kelompok dakwah digital menunjukkan bahwa identitas Muslim urban tidak pernah berdiri sendiri, itu selalu dibentuk, dipertahankan, dan dinegosiasikan dalam konteks kolektif (Yusri, 2021). Secara teoritis, Benedict Anderson menyebut komunitas sebagai *“imagined communities”* karena keterikatan mereka sering dibangun melalui simbol, narasi, dan rasa kebersamaan yang melampaui interaksi tatap muka (Sears & Anderson, 1994). Dalam kasus anak muda Muslim urban, komunitas berfungsi sebagai ruang imajiner dan nyata di mana mereka menegaskan identitas religiusnya. Identitas keislaman yang sebelumnya bersifat personal kemudian memperoleh legitimasi sosial melalui keterlibatan dalam komunitas.

Penelitian menunjukkan bahwa komunitas hijrah merupakan wadah penting bagi kaum muda untuk memperkuat komitmen beragama mereka. Bergabung dengan komunitas tidak hanya memberi akses pada pembelajaran agama, tetapi juga menghadirkan dukungan moral dan sosial untuk konsistensi praktik keislaman (Taufiq et al., 2022). Misalnya, seorang pemuda yang baru saja berhijrah merasa lebih stabil ketika menjadi bagian dari majelis kajian atau kelompok diskusi Islam karena di sana ia menemukan lingkungan yang mendukung nilai-nilai yang diyakininya. Di bawah ini, saya akan menunjukkan Komunitas Hijrah yang berperan penting dalam melaksanakan kajian secara offline dan online.

Tabel 1 Komunitas Hijrah

Komunitas/ Gerakan	Fokus Gerakan	Tokoh/ Penggerak	Platform Media Sosial	Aktivitas Utama (Offline & Online)
Shift Pemuda Hijrah (Bandung)	Dakwah Kreatif, Gaya Hidup Islami, Kajian Anak Muda	Ust. Hanan Attaki	Youtube, Instagram, Tiktok, Spotify	Kajian Di Masjid, Konten Dakwah Digital, Komunitas Remaja Masjid
Hijrah Fest (Jakarta)	Event Besar Anak Muda Hijrah, Lifestyle Islami	Erick Yusuf, Hanan Attaki, Berbagai Ustadz	Instagram, Youtube	Festival Hijrah, Seminar Publik, Kajian Online Via Streaming
Gerakan Subuh Berjamaah (Gsb)	Menghidupkan Shalat Subuh Berjamaah	Erick Yusuf, Insan Kamil	Instagram, Facebook, Youtube	Safari Masjid (Offline), Kajian Digital, Konten Motivasi
One Day One Juz (Odoj)	Membiasakan Tilawah & Khataman Qur'an	Komunitas Qur'ani, M. Fauzil Adhim	Whatsapp, Telegram, Instagram	Tilawah Bersama (Grup Wa/Telegram), Pertemuan Offline Bulanan
Khalifah Generation (Kg)	Parenting Islami, Keluarga Sakinah	Abu Umar Basyier	Instagram, Youtube	Seminar Parenting Offline, Kajian Keluarga Online
Muslimah Hijrah / Muslimah Community	Pemberdayaan Muslimah Urban, Gaya Hidup Islami	Tidak Terpusat (Kolektif)	Instagram, Telegram, Youtube	Kajian Muslimah, Majelis Taklim, Konten Media Sosial
Kajian Salim A. Fillah (Ksaf)	Dakwah Literasi & Keluarga Islami	Salim A. Fillah	Youtube, Instagram, Facebook	Kajian Literasi Islam, Bedah Buku Offline & Online
Yuk Ngaji (Nasional)	Kajian Anak Muda, Dakwah Kreatif	Ust. Felix Siauw, Kawan-Kawan	Youtube, Instagram, Tiktok	Kajian Di Kota-Kota Besar, Siaran Online, Konten Digital

Pemuda Tersesat	Dakwah Satir, Menjawab Keresahan Anak Muda	Habib Husein Ja'far	Youtube, Instagram, Tiktok	Podcast, Kajian Interaktif Online, Sharing Di Kampus & Komunitas
Ngaji Cerdas (Jogja – Nasional)	Kajian Rasional, Kritis, Keislaman Progresif	Beragam Ustadz & Akademisi	Youtube, Instagram	Kajian Offline Di Jogja, Streaming Online
Aql Islamic Center (Jakarta)	Dakwah Al-Qur'an, Kajian Tematik	Ust. Bachtiar Nasir	Youtube, Instagram, Facebook	Kajian Tematik Offline, Streaming & Podcast Dakwah
Kajian Musawarah (Jakarta)	Komunitas Artis Hijrah, Kajian Urban	Arie Untung, Teuku Wisnu, Dll	Instagram, Youtube	Kajian Rutin, Sharing Pengalaman, Konten Hijrah Artis
Teras Dakwah (Yogyakarta)	Kajian Anak Muda, Dakwah Kreatif Berbasis Komunitas	Relawan & Dai Muda (Kolektif)	Youtube, Instagram, Facebook	Kajian Tematik Rutin Di Jogja, Diskusi Komunitas, Konten Dakwah Digital
Forum Lingkar Pena (FLP)	Dakwah literasi & kepenulisan Islami	Helvy Tiana Rosa, Asma Nadia, dkk.	Instagram (@flpoke), Facebook, Website	Pelatihan menulis, penerbitan karya sastra Islami, komunitas literasi online & offline

Komunitas hijrah dapat dibaca sebagai bentuk baru dari *jama'ah* dalam Islam Indonesia yang kini bertransformasi dari ruang masjid dan pesantren ke ruang digital. Fenomena ini menunjukkan bagaimana corak dakwah urban mereproduksi semangat *tabligh* dan *ukhuwah* yang menjadi ciri khas Islam Indonesia sejak masa pergerakan modern (lihat Fealy & White, 2008).” Fenomena hijrah di Indonesia dalam dekade terakhir telah melahirkan banyak komunitas keislaman yang berkembang pesat, baik melalui aktivitas offline di masjid maupun lewat kanal digital. Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok menjadi ruang penting dalam membangun identitas, memperluas jangkauan, dan menarik anak muda untuk terlibat dalam aktivitas dakwah.

Salah satu komunitas hijrah paling menonjol adalah Shift Pemuda Hijrah dari Bandung. Didirikan sekitar tahun 2015 oleh Ustaz Hanan Attaki, Shift dikenal luas dengan pendekatan dakwahnya yang dekat dengan gaya hidup anak muda urban. Melalui akun Instagram @shiftmedia.id yang kini diikuti oleh lebih dari 2,2 juta pengikut, Shift menampilkan konten berupa video pendek, kutipan motivasi, dan jadwal kajian. Hanan Attaki sendiri memiliki lebih dari 11 juta pengikut di akun pribadinya (@hanan_attaki), menjadikannya salah satu ustaz hijrah populer di Indonesia. Kajian offline seperti *Hijrah Youth Movement* di masjid-masjid besar Bandung semakin memperkuat eksistensinya (@shiftmedia.id akses 2025).

Di Jakarta, sejak 2018 muncul Hijrah Fest, sebuah festival besar yang memadukan nuansa event lifestyle dengan dakwah. Akun resminya, @hijrahfest, memiliki hampir 1 juta pengikut. Festival ini menghadirkan ustaz populer seperti Erick Yusuf, Hanan Attaki, dan Abdul Somad, yang berhasil menarik ribuan anak muda di setiap acara. Hijrah Fest menampilkan dakwah dengan kemasan modern, termasuk talkshow, konser religi, hingga bazar Islami (@hijrahfest 2025). Gerakan berbasis masjid juga tampak dalam Gerakan Subuh Berjamaah (GSB) yang digagas sejak 2014. Meski tidak memiliki akun pusat besar, tokoh-tokoh seperti Erick Yusuf aktif mengkampanyekan gerakan ini melalui media sosialnya (±55 ribu

pengikut). Fokus utama GSB adalah menghidupkan kembali shalat subuh berjamaah, safari masjid, dan kajian rutin subuh yang juga didistribusikan secara digital (@erickyusufofficial (akses 2025).

Di ranah tilawah, muncul One Day One Juz (ODOJ) yang lahir pada tahun 2013. Gerakan ini menggunakan grup WhatsApp dan Telegram untuk mengatur pembacaan Al-Qur'an harian para anggotanya. Hingga 2024, ODOJ memiliki lebih dari 126 ribu anggota di 21 negara dan akun Instagram resminya (@onedayonejuz) diikuti oleh sekitar 220 ribu orang. Fokus utama mereka adalah menjaga konsistensi tilawah, membentuk kebiasaan khataman Qur'an, dan mengadakan pertemuan rutin secara luring (Republika: Kisah Lahirnya Metode ODOJ 2019). Selain gerakan umum, juga bermunculan komunitas spesifik seperti Khalifah Generation (KG) yang didirikan pada tahun 2014 dengan fokus pada parenting Islami dan keluarga sakinah, serta Muslimah Hijrah, sebuah jaringan komunitas muslimah urban yang tersebar di berbagai kota besar. Konten mereka biasanya berupa kajian keluarga, parenting Islami, workshop muslimah, hingga bisnis syariah berbasis komunitas, dengan media Instagram Live, Telegram, dan majelis taklim lokal.

Dari Yogyakarta, ada Kajian Salim A. Fillah (KSAF) yang menekankan dakwah literasi Islam. Salim A. Fillah dikenal luas sebagai penulis buku Islam populer dan dai muda yang menggunakan media sosial (akun @salimafillah_official dengan ratusan ribu pengikut) untuk menyebarkan konten tentang keluarga Islami, tafsir, dan literasi keagamaan (@salimafillah_official akses 2025). Tokoh lain yang sangat berpengaruh adalah Felix Siauw dengan jaringan Yuk Ngaji. Akun Instagram Felix (@felix.siauw) diikuti oleh sekitar 2 juta orang, menjadikannya salah satu penggerak komunitas hijrah digital paling berpengaruh. Yuk Ngaji menyajikan kajian sejarah Islam, dakwah tematis, dan diskusi kritis dalam bentuk video panjang YouTube maupun potongan Reels di Instagram (@felix.siauw akses 2025).

Dakwah kreatif juga diwarnai oleh Pemuda Tersesat, sebuah format yang dibawakan oleh Habib Husein Ja'far (Husein Hadar). Dengan lebih dari 7 juta pengikut di Instagram (@husein_hadar), ia memanfaatkan humor, satir, dan diskusi ringan untuk menyampaikan pesan Islam yang ramah, toleran, dan relevan dengan anak muda. Podcast, kuliah singkat, dan konten interaktif di kampus menjadi ciri khasnya (@husein_hadar akses 2025). Di Yogyakarta, Ngaji Cerdas menonjol dengan pendekatan akademik dan rasional. Walaupun tidak memiliki akun pusat besar, komunitas ini aktif di lingkaran intelektual dan kampus, serta menyebarkan diskusinya melalui kanal YouTube dan Instagram. Selain itu, ada AQL Islamic Center yang dipimpin oleh Ustaz Bachtiar Nasir dengan akun resmi @aqlislamiccenter (±98 ribu pengikut). AQL berfokus pada tafsir Al-Qur'an, dakwah tematik, dan pelatihan kader dai, baik secara offline maupun online (@aqlislamiccenter akses 2025).

Di sisi lain, Kajian Musawarah muncul sebagai wadah artis hijrah. Tokoh publik seperti Arie Untung dan Teuku Wisnu menjadi motor penggeraknya, dan kajian-kajian mereka dipublikasikan lewat akun pribadi para artis yang memiliki jutaan pengikut. Materi utamanya berupa talkshow, diskusi ringan, serta sharing pengalaman hijrah. Tidak ketinggalan, Forum Lingkar Pena (FLP) yang berdiri sejak 1997 juga relevan dimasukkan dalam spektrum komunitas hijrah, terutama di bidang literasi. Akun resmi FLP di Instagram (@flpoke) memiliki sekitar 13 ribu pengikut. FLP menekankan dakwah

melalui tulisan seperti pelatihan menulis, penerbitan karya sastra Islami, dan komunitas literasi daring dan luring. Gerakan ini menunjukkan bahwa hijrah tidak hanya bersifat spiritual-ritual, tetapi juga intelektual melalui kekuatan literasi (@flpoke akses 2025). Terakhir, ada Teras Dakwah di Yogyakarta yang cukup populer di kalangan mahasiswa dan anak muda. Dengan akun Instagram @terasdakwah yang memiliki sekitar 218 ribu pengikut, komunitas ini rutin mengadakan kajian “ngopi-ngaji” yang santai namun substansial, menghubungkan diskusi keagamaan dengan kultur keseharian anak muda (@terasdakwah akses 2025).

Dinamika Sosial Anak Muda Urban: Konsumsi Budaya Pop, Kesalehan dan Politik Kewarganegaraan.

Keterlibatan anak muda Muslim urban dalam ruang publik digital menunjukkan munculnya bentuk *Islam kewargaan* (civic Islam) yang menekankan etika sosial, solidaritas, dan partisipasi tanpa harus menjadi gerakan politik formal (Hefner, 2011). Fenomena ini memperlihatkan wajah baru Islam Indonesia yang berorientasi pada moral publik ketimbang politik ideologis.” Fenomena anak muda urban di Indonesia tidak lepas dari dinamika sosial yang kompleks, terutama pada persilangan antara budaya populer, ekspresi kesalehan, dan keterlibatan politik kewarganegaraan. Dalam dua dekade terakhir, kota-kota besar telah menjadi arena di mana anak muda mengonstruksi identitasnya, baik melalui konsumsi budaya pop global, pilihan gaya hidup Islami, dan keterlibatan dalam ruang publik digital.

Pertama, konsumsi budaya pop adalah karakteristik utama generasi urban. Musik Korea, film Barat, fesyen streetwear, dan tren media sosial seperti TikTok dan Instagram membentuk gaya hidup sehari-hari mereka. Namun, budaya pop tidak hadir cara tunggal. Sebaliknya, sering dikombinasikan dengan ekspresi religius. Misalnya, komunitas hijrah seperti Shift Pemuda Hijrah atau Hijrah Fest mengadopsi unsur-unsur budaya populer, desain grafis yang modern, jargon gaul, hingga gaya berpakaian urban untuk membungkus pesan dakwah (Nef-Saluz, 2007). Dengan demikian, budaya pop tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga instrumen dakwah yang mendekatkan nilai-nilai agama dengan kehidupan sehari-hari anak muda.

Kedua, kesalehan anak muda urban telah mengalami transformasi. Jika pada era sebelumnya religiusitas identik dengan praktik tradisional di masjid atau pesantren, kini kesalehan juga diekspresikan secara digital. Gerakan seperti One Day One Juz (ODOJ) menunjukkan bagaimana konsistensi membaca Qur'an dibangun melalui WhatsApp dan Telegram, yang menandai lahirnya bentuk “komunitas kesalehan virtual” (Muslim, 2017; Nisa, 2018). Sementara itu, Pemuda Tersesat dengan gaya dakwah satir memperlihatkan bahwa kesalehan bisa tampil ramah, ringan, dan kritis, sesuai dengan selera komunikasi anak muda (Hadar, 2021). Kesalehan urban ini tidak lagi kaku, melainkan cair, bersinggungan dengan identitas kultural dan gaya hidup yang mereka konsumsi sehari-hari.

Ketiga, dinamika ini berhubungan erat dengan politik kewarganegaraan. Anak muda urban bukan sekadar konsumen budaya pop atau pengamal kesalehan personal, tetapi juga warga negara yang

membangun kesadaran politiknya melalui ruang publik digital (Heryanto, 2015). Komunitas hijrah misalnya, selain mengajak pada kesalehan individu, sering kali juga membicarakan isu-isu kebangsaan, etika publik, hingga solidaritas kemanusiaan. Di sisi lain, literasi Islami yang digerakkan oleh Forum Lingkar Pena (FLP) menjadi pintu bagi anak muda untuk memahami agama dan kebangsaan secara bersamaan, melalui tulisan-tulisan yang menyuarakan nilai keislaman sekaligus kritik sosial (Kailani, 2012).

Oleh karena itu, anak muda urban Indonesia menghadirkan sebuah hibriditas: mereka bisa menyukai K-Pop sekaligus aktif menghadiri kajian Islami, mengunggah foto OOTD dengan busana syar'i di Instagram sembari mengikuti diskusi politik di Twitter, atau membaca novel Islami karya FLP sambil menonton podcast satir Pemuda Tersesat. Identitas yang terbangun bukanlah pilihan tunggal, melainkan pertemuan berbagai dunia, global dan lokal, religius dan pop, privat dan publik. Singkatnya, dinamika sosial anak muda urban memperlihatkan bahwa konsumsi budaya pop, ekspresi kesalehan, dan keterlibatan politik kewarganegaraan tidak berjalan sendiri-sendiri, melainkan saling berinteraksi. Komunitas hijrah, forum literasi, hingga gerakan digital menjadi bukti bahwa generasi muda sedang membangun cara baru menjadi Muslim urban yang bukan hanya beragama, tetapi juga berbudaya dan berwarga negara.

KESIMPULAN

Dengan demikian, fenomena urban Muslim merupakan representasi dari perkembangan Islam Indonesia kontemporer yang menegaskan integrasi antara nilai-nilai Islam dan dinamika modernitas kota. Studi ini memperkaya kajian Islam Indonesia dengan menyoroti munculnya kelas menengah Muslim urban yang memaknai *hijrah*, *kesalehan publik*, dan *ukhuwah* dalam bingkai budaya populer dan partisipasi kewargaan digital. Anak muda urban Muslim di Indonesia menunjukkan dinamika sosial yang unik dan kompleks. Pertama, identitas mereka dibentuk oleh dialektika antara modernitas, globalisasi, dan spiritualitas. Budaya pop bukan sekadar hiburan, melainkan instrumen dakwah yang menyatu dengan gaya hidup Islami. Kedua, komunitas hijrah, baik offline maupun online berfungsi sebagai ruang belajar, solidaritas, dan reproduksi simbol-simbol religius.

Melalui media sosial, komunitas ini berhasil menjangkau jutaan anak muda dan menumbuhkan kesalehan yang bersifat kolektif. Ketiga, anak muda urban Muslim tidak hanya mempraktikkan agama dalam ranah privat, tetapi juga membawa nilai-nilai religius ke ruang publik dan politik kewarganegaraan. Hal ini terlihat dari keterlibatan mereka dalam wacana kebangsaan, solidaritas sosial, serta advokasi nilai moral di dunia digital. Dengan demikian, fenomena *urban Muslim* mencerminkan identitas hibrid anak muda yang mampu memadukan kesalehan, budaya pop, dan keterlibatan kewarganegaraan. Proses ini menunjukkan bahwa anak muda urban Indonesia bukan hanya objek dari modernisasi, tetapi juga subjek aktif yang menciptakan bentuk baru keberagamaan dan kebudayaan di era kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

Akmaliah, W. (2021). 13 The Rise Of Cool Ustadz: Preaching, Subcultures And The Pemuda Hijrah

- Movement. In *The New Santri*. <https://doi.org/10.1355/9789814881487-015>
- Bourdieu, P. (2018). Distinction: A social critique of the judgement of taste. In *Inequality: Classic Readings in Race, Class, and Gender*. <https://doi.org/10.4324/9781315680347-10>
- Bruinessen, M. van. (2018). Indonesian Muslims in Globalising World. *RSIS Working Paper, May*.
- Castells, M. (2023). The Network Society Revisited. *American Behavioral Scientist*, 67(7). <https://doi.org/10.1177/00027642221092803>
- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (1999). *Redefining Muslim Publics.* dalam *New Media in tthe Muslim World: The Emerging Public Sphere*, edited by Dale F. Eickelman dan John W. Anderson
- Erick Yusuf Instagram @erickyusufofficial (akses 2025). (n.d.). *Profil Instagram...pdf*.
- Fealy, G., & White, S. (2008). Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia. In *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*.
- Hadar, H. J. A. (2021). Kenapa Saya Merasa Terhormat Jadi Pengasuh Pemuda Tersesat? *Mojok. Co. Diambil Pada September*.
- Hasan, N. (2009). *The Making of Public Islam: Piety, Agency, and Commodifications on The Landscape of The Indonesian Public Sphere Contemporary Islam*. Published online.
- Heryanto, A. (2015). *Identitas dan kenikmatan*. books.google.com.
- Hidayatullah, R. (2015). Punk Muslim: Ekspresi Identitas Keagamaan Subkultur Muslim Urban. *Kawalu: Journal of Local Culture*.
- Hoesterey, J. B. (2008). Marketing morality: The rise, fall and rebranding of Aa Gym. In *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. <https://doi.org/10.1355/9789812308528-010>
- Kailani, N. (2012). Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia. *RIMA: Review of Indonesian and Malaysian Affairs*. <https://doi.org/10.3316/INFORMIT.984332214396280>
- Kailani, N. (2018). Muslimising Indonesian Youths: The Tarbiyah Moral and Cultural Movement in Contemporary Indonesia. In *Islam and the 2009 Indonesian Elections, Political and Cultural Issues*. <https://doi.org/10.4000/books.irasec.772>
- Laana, D. L., & Sukri, U. (2022). Life Style: Perilaku Mahasiswa Masa Kini Dan Pengaruh Media Sosial. *Inculco Journal of Christian Education*, 2(1). <https://doi.org/10.59404/ijce.v2i1.27>
- Maree, J. G. (2021). The psychosocial development theory of Erik Erikson: critical overview. *Early Child Development and Care*, 191(7–8). <https://doi.org/10.1080/03004430.2020.1845163>
- Masaaki, O. (2020). Anatomy of the Islam Nusantara Program and the Necessity for a “Critical” Islam Nusantara Study. *ISLAM NUSANTARA: Journal for Study of Islamic History and Culture*, 1(1). <https://doi.org/10.47776/islamnusantara.v1i1.44>
- Muh. Ali Bagus, et.al, . (2024). Religious Tolerance Messages on Social Media: Insights from Deddy Corbuzier’s “Log in” Program. *Al’Adalah: Journal of Islamic Studies*, 27(1).
- Münch, T., Bennett, A., & Munch, T. (2001). Popular Music and Youth Culture. Music, Identity and Place. *Lied Und Populäre Kultur / Song and Popular Culture*. <https://doi.org/10.2307/849521>
- Muslim, A. (2017). Digital religion and religious life in Southeast Asia: the One Day One Juz (ODOJ) community in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia*.
- Nef-Saluz, C. (2007). Islamic pop culture in Indonesia. *An Anthropological Vield Study on Veiling Practices*
- Nisa, E. F. (2018). Social media and the birth of an Islamic social movement: ODOJ (One Day One Juz) in contemporary Indonesia. *Indonesia and the Malay World*. <https://doi.org/10.1080/13639811.2017.1416758>
- Nisa, E. F. (2021). Online Halal Dating, Ta’aruf, and the Shariatization of Matchmaking among Malaysian and Indonesian Muslims . *CyberOrient*, 15(1). <https://doi.org/10.1002/cyo2.13>
- Pribadi, Y., Ghufro, Z., & Sultan Maulana Hasanuddin Banten, U. (2019). Komodifikasi Islam dalam Ekonomi Pasar: Studi tentang Muslim Perkotaan di Banten. *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies*, 15(1).
- Rahman, M. T., & Mufti, M. (2021). Massification of youth religious studies to prevent juvenile delinquency in Bandung. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*, 77(4). <https://doi.org/10.4102/hts.v77i4.7055>
- Ramidi, A. (2021). *Pemuda Muslim Dan Bengkel Moralitas: Antara Menikah Muda Dan Wacana Kesalehan Studi Rumah Taaruf-Qu Di Yogyakarta*. digilib.uin-suka.ac.id.
- Republika: Kisah Lahirnya Metode ODOJ (2019). (n.d.). *Profil Instagram. fessss.pdf*.
- Rijal, S. (2022). *Consuming and disputing Aisha song: the quest for pleasure \&Islamic romance in contemporary Indonesia*. core.ac.uk.

- Ryan, L. (2014). "Islam does not change": Young people narrating negotiations of religion and identity. *Journal of Youth Studies*, 17(4). <https://doi.org/10.1080/13676261.2013.834315>
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2013). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan. *Interaksi-Online*.
- Sears, L. J., & Anderson, B. (1994). Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. *Journal of the American Oriental Society*, 114(1). <https://doi.org/10.2307/604991>
- Taufiq, T. T., Royanulloh, R., & Komari, K. (2022). Tren Hijrah Muslim Perkotaan di Media Sosial: Konstruksi, Representasi dan Ragam Ekspresi. *FIKRAH*, 10(2). <https://doi.org/10.21043/fikrah.v10i2.14212>
- Wadi, H., & Bagaskara, R. (2022). Perjumpaan Pasar dan Dakwah: Ekspresi Kesalehan Anak Muda dan Komodifikasi Agama di Muslim United Yogyakarta. *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil*
- Weng, H. W. (2014). Making ' new ' Muslim places in urban Malaysia and Indonesia 1. *Spring*, 67.
- Yusri, F. H. (2021). Kajian Musawarah : Contemporary Da'wah, Pious Identity And Virtual Ummah. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 21(1). <https://doi.org/10.22373/jiif.v0i0.5789>