



Dakwatul Islam

Jurnal Ilmiah Prodi PMI

Institut Agama Islam Diniyah Pekanbaru

Volume (10) Nomor (1), Desember 2025

<https://ojs.diniyah.ac.id/index.php/DakwatulIslam>

P-ISSN: 2581-0987 E-ISSN: 2828-5484

PROBLEMATIKA KOMUNIKASI DAKWAH DALAM GERAKAN HIJRAH REMAJA

Yeni Yasyah Sinaga, Canra Krisna Jaya

Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Email: Yeni@diniyyah.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis problematika komunikasi dakwah dalam gerakan hijrah remaja di Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan dakwah dikalangan generasi muda. Fenomena gerakan hijrah yang berkembang pesat dikalangan remaja mencerminkan adanya semangat spiritual baru, namun seringkali dihapkan pada tantangan komunikasi, seperti perbedaan persepsi, pemahaman agama yang parsial, serta pengaruh media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa problem utama komunikasi dakwah dalam gerakan hijrah di Tualang terletak pada kurangnya kemampuan da'I dalam memahami psikologi remaja, penggunaan media sosial dakwah yang belum efektif dan kadang menimbulkan salah tafsir, lemahnya pembinaan lanjutan setelah kegiatan dakwah. Upaya solutif yang dilakukan dengan peningkatan kapasitas da'I muda, pendekatan dakwah berbasis komunitas, serta pemanfaatan media digital serta kreatif dan edukatif. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi dakwah kontemporer serta menjadi rujukan bagi pengembangan strategi dakwah remaja di era digital.

Kata kunci: Komunikasi dakwah, gerakan hijrah, remaja

Abstract

This study aims to identify and analyze the problems of da'wah communication in the youth hijrah movement in Tualang District, Siak Regency and to understand the factors that influence the effectiveness of delivering da'wah messages among the younger generation. The phenomenon of the hijrah movement that is growing rapidly among teenagers reflects a new spiritual spirit, but is often faced with communication challenges, such as differences in perception, partial understanding of religion, and the influence of sosial media. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews and documentation. Data analysis was carried out through the stages of data collection, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that the main problems of da'wah communication in the hijrah movement in Tualang lie in the lack of ability of da'i in understanding adolescent psychology, the use of sosial media da'wah that is not yet effective and sometimes leads to misinterpretation, weak follow-up guidance after da'wah activities. Solution efforts are carried out by increasing the capacity of young da'i, a community-based da'wah approach, and the use of digital media that is creative and educational. This research is expected to enrich the study of contemporary Islamic missionary communication and serve as a reference for developing Islamic missionary strategies for youth in the digital era.

Keywords: Islamic missionary communication, hijrah movement, youth

Pendahuluan

Fenomena hijrah dalam beberapa tahun terakhir menjadi salah satu gejala keagamaan yang cukup menonjol dikalangan remaja muslim Indonesia. Hijrah tidak lagi dipahami sebatas perpindahan fisik, tetapi lebih pada Upaya meninggalkan perilaku yang dianggap tidak sesuai ajaran Islam menuju gaya hidup yang dinilai lebih religious. Gejala ini tampak antara lain dari maraknya komunitas hijrah, meningkatnya intensitas kajian bertema pemuda, serta penggunaan symbol-simbol keislaman dalam gaya berpakaian maupun aktivitas di media social. Disatu sisi, fenomena tersebut mencerminkan adanya peningkatan minat remaja terhadap ajaran agama. Disisi lain, sejumlah kajian menunjukkan bahwa hijrah berpotensi bersifat dangkal dan temporer apabila tidak di topang oleh proses pembinaan dan komunikasi dakwah yang tepat.

Kecamatan Tualang, sebagai salah satu kecamatan yang berkembang di Kabupaten Siak, turut mengalami dinamika tersebut. Di beberapa masjid dan mushalla bermunculan komunitas remaja hijrah yang menyelenggarakan kajian rutin, kegiatan social keagamaan, dan kampanye nilai-nilai Islam melalui media social. Pengurus remaja masjid dan da'I muda setempat memandang fenomena ini sebagai peluang strategis untuk memperkuat pembinaan keagamaan generasi muda. Namun, hasil observasi awal percakapan informal dengan sejumlah pengurus remaja masjid menunjukkan bahwa proses tersebut tidak berlangsung tanpa masalah. Antusiasme remaja sering kali tinggi pada fase awal, tetapi menurun seiring waktu, Sebagian remaja menyatakan merasa jenuh dengan pola ceramah yang dianggap monoton, merasa disudutkan ketika pembahasan menyentuh isu pergaulan dan gaya hidup, atau menilai materi dakwah kurang relevan dengan persoalan yang mereka hadapi sehari-hari.

Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa persoalan yang mengemuka bukan semata-mata terletak pada isi ajaran melainkan pada proses komunikasi dakwah yang menjembatani antara da'I dan remaja sebagai sasaran dakwah (mad'u). pesan dakwah yang dimaksudkan untuk menguatkan proses hijrah tidak selalu dapat diterima dan diinternalisasi secara optimal karena cara penyampaian pilihan Bahasa maupun pemanfaatan media yang kurang sesuai dengan karakter remaja. Dengan demikian, terdapat indikasi adanya problematika komunikasi dakwah dalam gerakan hijrah remaja di Kecamatan Tualang yang perlu dikaji secara lebih mendalam.

Sejauh penelusuran kepustakaan, penelitian mengenai hijrah remaja di Indonesia umumnya berfokus pada konteks kota-kota besar dengan menyoroti hijrah sebagai budaya populer, pembentukan identitas religius generasi muda, serta peran media social dalam mengontruksi otoritas keagamaan baru. Demikian pula kajian mengenai komunikasi dakwah

pada remaja banyak membahas pentingnya pendekatan persuasif, dialogis, dan penggunaan media yang dekat dengan dunia anak muda. Namun kajian-kajian tersebut belum secara spesifik mengulas kesenjangan antara semangat hijrah remaja dan problematika komunikasi dakwah di tingkat lokal kecamatan dengan karakter social-budaya semipedesaan seperti Kecamatan Tualang.

Kekosongan kajian ini menunjukkan adanya research gap yang perlu diisi. Di satu sisi, gerakan hijrah remaja di berbagai daerah sering dipahami secara homogen. Disisi lain kondisi social-budaya lokal, kapasitas da'I, serta dinamika komunitas sangat mungkin mempengaruhi bagaimana komunikasi dakwah berlangsung dan problem apa yang muncul. Sampai sejauh ini belum banyak data konkret mengenai bentuk hambatan komunikasi dakwah yang dialami remaja hijrah di Tualang, bagaimana mereka memaknai pesan dan gaya dakwah, serta factor-faktor apa yang mempengaruhi keberlanjutan komitmen hijrah mereka.

Berdasarkan uraian tersebut, fenomena yang menjadi masalah dalam penelitian ini Adalah ketidaksesuaian antara semangat hijrah remaja dengan efektivitas komunikasi dakwah yang mereka terima di Kecamatan Tualang. Penelitian ini menjadi penting karena kualitas komunikasi dakwah akan sangat menentukan kedalaman dan keberlanjutan proses hijrah, komunikasi yang tidak tepat beresiko menjadikan hhijrah sekedar tren simbolik bukan perubahan religius yang mendasar.

Dengan demikian, penelitian ini difokuskan untuk menggali pola komunikasi dakwah yang berlangsung dalam gerakan hijrah remaja di Kecamatan Tualang, bentuk-bentuk problematika komunikasi dakwah yang muncul dalam interaksi antara da'I muda dan remaja, dan factor-faktor yang mempengaruhi munculnya problematika tersebut dalam konteks social-budaya setempat. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan studi komunikasi dakwah kontemporer serta kontribusi praktis bagi pelaku dakwah dan pengelola komunitas remaja dalam merancang strategi pembinaan yang lebih kontekstual dan efektif.

Pemahaman tentang hijrah dalam literatur keagamaan tradisional umumnya merujuk pada perpindahan Nabi Muhammad SAW dari Makkah ke Madinah sebagai tonggak Sejarah (QS AL-Anfal 8: 30-39; QS AT-Taubah 9:20) dan makna spiritualnya meliputi Upaya meninggalkan perbuatan buruk, mendekatkan diri kepada Allah SWT dan memperkuat tauhid. Fenomena gerakan hijrah dikalangan remaja Indoinesia menjadi salah satu bentuk transformasi sosial-keagamaan yang signifikan dalam decade terakhir. Secara Bahasa hijrah berasal dari Bahasa Arab *hajara-yahjuru-hijratan* yang berarti berpindah atau meninggalkan sesuatu

menuju yang lebih baik, baik secara fisik maupun spiritual (Manzur, 1990). Dalam konteks modern, istilah ini mengalami perluasan makna menjadi Upaya perbaikan diri menuju kehidupan yang lebih religious sesuai tuntutan Islam (Azra, 2018).

Gerakan hijrah dikalangan remaja muncul sebagai respon terhadap perubahan sosial, krisis identitas, dan derasnya arus global budaya populer yang dianggap bertentangan dengan nilai Islam. Kaum muda terutama diperkotaan meraskan kekosongan makna dan pencarian jati diri di Tengah modernitas. Dalam situasi ini, hijrah menjadi medium untuk meneguhkan identitas keagamaan dan menemukan komunitas yang sejalan secara moral dan spiritual. Gerakan hijrah di kota besar seperti Bandung dan Jakarta merupakan ekspresi pencariab identitas Islam modern ditengah gempuran budaya global, dengan gaya dakwah yang ramah di media sosial dan gaya hidup urban (Masturi, 2021). Remaja merasa lebih diterima dalam komunitas hijrah karena ada semangat *brotherhood*, *selfy improvement*, dan kebersamaan yang kuat. Fenomena komunitas hijrah seperti *shift pemuda hijrah*, *one ummah*, *muslim united* dan *kajian musyawarah* menunjukkan bagaimana agama dipraktikan dalam bentuk Gerakan sosial yang berbasis jaringan digital. Dalam *Shift pemuda hijrah* ditemukan bahwa komunitas ini berfungsi sebagai ruang sosial baru bagi remaja untuk membangun keshalehan melalui Bahasa dan symbol yang kekinian. Komunitas hijrah menjadi tempat kaum milenial Muslim untuk membangun *sense of belonging* yang kuat, Dimana agama tidak hanya menjadi doktrin tetapi juga gaya hidup sosial yang diinternalisasi dalam aktivitas sehari-hari (Afandi, 2022).

Media sosial memiliki peran besar dalam mempercepat penyebaran gerakan hijrah. Media sosial sangat berpengaruh dalam perubahan religious remaja, karena melalui platform seperti Instagram, YouTube, dan media sosial lainnya nilai-nilai hijrah dikemas dengan estetika visual dan Bahasa yang menarik. Konten dakwah digital yang ringan dan inspiratif membuat remaja merasa bahwa religiousitas Adalah bagian dari gaya hidup modern. Tren ini sejalan dengan teori dakwah kultural yaitu pendekatan dakwah yang menyesuaikan pesan keagamaan dengan konteks sosial dan budaya audiens. Dengan memanfaatkan narasi visual dan *storytelling* dakwah digital tidak lagi berjarak, tetapi dekat dengan Kesehatan generasi anak muda.

Meskipun membawa semangat positif, Gerakan hijrah tidak lepas dari kritik. Beberapa pengamat menilai munculnya fenomena *eksklusivisme religious*, yaitu kecenderungan sebaaian anggota komunitas hijrah untuk merasa paling benar dan menilai negative kelompok lain. Selain itu, ada resiko formalisasi religiousitas Ketika symbol-simbol seperti pakaian syar'I, jenggiot, dan istilah-istilah Arab menjadi ukuran kesalehan yang superfisial. Sebaaian remaja Perempuan, hijrah menjadi tren identitas, bukan sekedar perubahan spiritual, melainkan juga

ekspresi diri dalam dunia digital (Astutiningrum, 2019). Oleh karena itu, penting untuk menyeimbangkan antara dimensi lahiriah dan batiniah hijrah. Dalam perspektif klasik, Imam al-Ghazali menekankan bahwa perubahan sejati harus berakar dari hati yang bersih, bukan semata perubahan lahiriah. Prinsip ini relevan untuk meningkatkan bahwa hijrah sejati tidak berhenti pada symbol, tetapi menuntut kontinuitas dalam moral sosial dan spiritualitas.

Remaja dan kaum muda merupakan kelompok usia yang mengalami fase pencarian identitas, perubahan sosial, dan terbuka terhadap berbagai pengaruh budaya populer dan teknologi komunikasi. Dalam konteks ini, komunitas dakwah menjadi salah satu arena sosial keagamaan Dimana kaum muda berinteraksi, menegaskan bahwa komunitas remaja Islam tersebar di desa-desa, dengan total anggota signifikan, sebagai bentuk pembinaan keislaman alternatif bagi kaum muda (Basit, 2021). Lebih jauh, kajian mengenai komunitas dakwah seperti Yuk Ngaji Jogja menegaskan bahwa strategi dakwah komunitas harus menyesuaikan dengan gaya hidup generasi milenial, termasuk penggunaan media sosial dan format yang lebih ringan (Muzayana, 2019). Beberapa karakter yang menonjol dalam komunitas dakwah kaum muda antara lain:

- a. Ruang sosial yang inklusif dan kolektif: komunitas menjadi ruang pertemuan bukan hanya hubungan vertical da'I dan mad'u
- b. Penggunaan media sosial dan digital: dakwah di komunitas muda sering menggunakan Instagram, youtube, media daring lainnya sebagai sarana komunikasi dakwah
- c. Gaya bahasa dan symbol yang mudah diterima kaum muda: format kajian, acara dan branding komunitas dibuat lebih gaul, hijrah friendly atau relevan dengan budaya populer
- d. Integrasi aksi sosial, kelompok dan identitas: tidak hanya kajian teori keagamaan, tetapi aktivitas sosial (pengabdian Masyarakat), komunitas berbasis hobi, dan lain-lain menjadi bagian dari aktivitas dakwah

Strategi Dakwah dalam Komunitas Kaum Muda

- a. Adaptasi media dan teknologi: model dakwah harus responsive terhadap perkembangan media digital agar mampu menjangkau kaum muda yang akrab teknologi.
- b. Pendekatan kultural dan gaya hidup: dakwah yang efektif bagi kaum muda seringkali menggabungkan aspek moral keagamaan dengan gaya hidup yang dapat diterima generasi muda. Misalnya komunitas hijrah, komunitas sosial, komunitas kreatif.

- c. Penguatan identitas dan solidaritas komunitas: komunitas dakwah kaum muda tidak hanya sebagai tempat mendengar ceramah, tetapi juga sebagai keluarga keagamaan yang memperkuat rasa solidaritas dan pengembangan diri.
- d. Aktivitas sosial komunitas sebagai bagian dakwah: komunitas muda sering mengkombinasikan dakwah bil lisan, dakwah bil hal, dan dakwah bil Qalam sehingga menyasar perubahan perilaku bukan hanya pengetahuan.

Walaupun banyak potensi positif, komunitas dakwah kaum muda juga banyak menghadapi berbagai tantangan, diantaranya:

- a. Resiko simbolisme keagamaan yang dangkal: ada kecenderungan bahwa bagian dari komunikasi dakwah muda lebih menampilkan perubahan lahiriah (busana, jargon, foto media sosial) daripada perubahan batiniah dan pemahaman mendalam.
- b. Eksklusivisme dan identitas terkotak-kotak: komunitas muda terkadang menciptakan penggambaran “kami hijrah” versus “mereka yang belum” sehingga bisa menimbulkan sikap kurang toleran atau tersegmentasi
- c. Ketergantungan pada media sosial dan trend: karena komunitas muda sangat tergantung pada media digital, ada resiko bahwa dakwah menjadi sangat terformat trending, kurang mendalam, atau cepat basi
- d. Menjaga kontinuitas dan kedalaman: tantangan bagi komunitas Adalah bagaimana menjaga agar peserta tidak hanya ajakan awal tetapi melakukan perubahan jangka Panjang dalam karakter dan kehidupan mereka.

Komunitas dakwah kaum muda menunjukkan bahwa dakwah masa kini bukan hanya ceramah di masjid, tetapi juga jaringan sosial, komunitas kreatif, media digital, dan gaya hidup keagamaan. Dengan demikian, komunikasi dakwah remaja dalam gerakan hijrah memerlukan perhatian khusus terhadap factor gaya, media, konteks lokal, motivasi remaja, serta hambatan yang muncul.

Fenomena gerakan hijrah di kalangan kaum muda Indonesia telah memunculkan dinamika baru dalam praktik dakwah. Gerakan ini, yang seringkali dikaitkan dengan perubahan gaya hidup, identitas keagamaan, dan komunitas digital religious, membawa tantangan tersendiri bagi komunikasi dakwah yang efektif dan bermakna. Salah satu tantangan utama Adalah bagaimana pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik dalam konteks hijrah, tanpa hanya menjadi symbol lahiriah, namun mampu menyentuh substansi spiritual, sosial, dan moral.

a. Tantangan Identitas dan Gaya Hidup

Pada dasarnya, dakwah Adalah proses komunikasi antara pemberi pesan (da'i) dan penerima pesan (mad'u). dakwah tidak sekedar menyampaikan pesan tetapi juga menjalani proses persuasi, perubahan sikap dan perilaku (Muhtadi, 2012). Dalam konteks gerakan hijrah, komunikator dakwah dihapkan dengan realitas bahwa banyak remaja atau kaum muda yang mulai hijrah karena motif identitas mengubah penampilan, gaya hidup, komunitas terlebih dahulu sebelum terjadi perubahan lebih mendalam. Hal ini berpotensi menghasilkan dakwah yang terfokus pada lahir (busana, jargon, lifestyle hijrah) dan kurang pada batin (pemahaman, internalisasi, komitmen) sehingga komunikasi dakwah bisa menjadi dangkal.

b. Komunikasi Digital dan Media Sosial

Gerakan hijrah kaum muda sangat di pengaruhi oleh media sosial, gaya visual, influencer, komunitas online, dan lifestyle dakwah yang relatable dengan generasi generasi remaja. komunikasi dakwah melalui komunitas hijrah banyak menggunakan media digital, storytelling visual, dan gaya kehidupan sebagai medium perubahan sosial. Meskipun ini membuka peluang luas, problematikanya adalah: pesan dakwah bisa menjadi terlalu ringan, berorientasi estetika dan lifestyle, bukan substansi, algoritma media sosial dan mekanisme popularitas dapat memprioritaskan bentuk symbol (busana, foto, tagar) daripada isi pesan, dan komunikasi dakwah digital sering kehilangan interaksi dialogis langsung yang penting dalam proses perubahan.

c. Kompleksitas Audiens Kaum Muda dan Fragmentasi Pesan

Kaum muda yang tergabung dalam gerakan hijrah bukanlah homogen. Mereka datang dari latar belakang sosial, ekonomi, Pendidikan dan budaya yang berbeda. Komunikasi dakwah yang berhasil harus mampu menyesuaikan dengan keragaman ini. Komunikasi dakwah harus memperhatikan konteks budaya, media, dan audiens agar pesan dapat diterima dan diinternalisasi (Masruroh, 2021). Dalam gerakan hijrah, masalah muncul Ketika pesandakwah eksklusif atau terlalu identik dengan satu gaya komunitas hijrah tertentu sehingga menimbulkan sikap kami vs mereka diantar remaja muslim. Hal ini dapat menghambat efek dakwah yang inklusif dan memperkuat fragmentasi.

d. Hambatan Strategi dan Praktis dalam Penyampaian Dakwah

Ada hambatan strategis dan praktis yang muncul dalam komunikasi dakwah di Gerakan hijrah:

1. Keterbatasan literasi keagamaan: bila Sebagian anggota hijrah lebih focus pada aspek gaya hidup daripada pemahaman teologis dan sosial, maka komunikator dakwah kesulitan mengangkat pesan yang mendalam
2. Keterbatasan kualitas narasumber dan fasilitator: komunitas hijrah sering kali digerakkan oleh generasi muda atau pengurus media sosial, meskipun energik, mereka mungkin kurang dalam pembekalan metodologi dakwah, media atau komunikasi persuasive
3. Tekanan komersialisasi gaya hidup hijrah: komunikasi dakwah bisa terseret ke dalam logika branding komunitas hijrah endorsement, produk hijrah, gaya hidup Islami yang instagrammable yang mengaburkan focus dakwah
4. Evaluasi dan keberlanjutan dakwah: salah satu tantangan utama Adalah bagaimana menjaga konsistensi dan keberlanjutan program dakwah, bukan hanya aksi awal yang viral (Zanariyah, 2023).

Dari problematika diatas, beberapa rekomendasi strategi dapat diberikan:

1. Komunikator dakwah dalam Gerakan hijrah harus mengembangkan strategi yang menyentuh dimensi hati, bukan hanya dimensi eksternal, menggabungkan konten nilai, narasi perubahan hidup, dan aktivitas sosial
2. Penggunaan media sosial dan digital harus dilengkapi dengan facilitation offline yang memungkinkan dialog, monitoring, pembinaan jangka Panjang agar perubahan tidak hanya terjadi di feed Instagram tetapi dalam kehidupan nyata
3. Pesan dakwah harus disesuaikan dengan keragaman profil audiens hijrah. Flesksibel dalam gaya namun kokoh dalam substansi, sipaya tidak menjadi satu model gaya hidup yang menutup ruang bagi yang berbeda
4. Komunitas hijrah dan komunikasi dakwah perlu membangun mekanisme evaluasi dan tindak lanjut agar perubahan dapat diukur dan duipertahankan, bukan hanya menjadi tren sementara

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk memahami fenomena sosial secara mendalam, terutama mengenai dinamika komunikasi dakwah dan problematika yang muncul dalam gerakan hijrah remaja di Kecamatan Tualang. Menurut Lexy J. Moleong, peneloitian kualitatif berupaya memahami makna di balik Tindakan, ucapan, dan perilaku manusia secara holistic dalam konteks alamiah tanpa manipulasi variabel (Moleong, 2019). Adapun sumber

data penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara dengan informan yang dipilih yaitu Pembina komunitas hijrah, da'I muda, pengurus remaja masjid, dan remaja yang aktif mengikuti kegiatan hijrah di Kecamatan Tualang. Pemilihan informan dilakukan dengan Teknik purposive sampling yaitu memilih individu yang dianggap mengetahui dan memahami secara mendalam tentang fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2022). Data sekunder diperoleh dari literatur tertulis, baik berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, maupun dokumen kegiatan komunitas hijrah yang berkaitan dengan komunikasi dakwah. Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat analisis, memberikan landasan teori, serta memperluas konteks temuan lapangan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tiga metode utama yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas dakwah, gaya komunikasi para da'I muda serta partisipasi remaja dalam kegiatan hijrah di Kecamatan Tualang. Observasi ini membantu peneliti memahami situasi sosial dan pola interaksi yang terjadi dalam komunitas tersebut (Burhan, 2015). Wawancara secara mendalam dilakukan kepada beberapa informan untuk menggali informasi mengenai strategi komunikasi dakwah, kendala yang dihadapi, serta persepsi remaja terhadap pesan dakwah. Teknik wawancara ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih luas dan kaya makna (Moleong, 2019). Dokumentasi yaitu pengumpulan data dari sumber tertulis, Teknik ini berfungsi sebagai pelengkap dan validasi terhadap data hasil observasi dan wawancara (Sugiyono, 2022).

Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan Kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan data yang relevan dengan focus pada penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang menyajikan pola komunikasi, bentuk problematika, dan factor-faktor yang mempengaruhinya. Penarikan Kesimpulan dilakukan secara induktif dengan menghubungkan temuan lapangan dengan teori komunikasi dakwah dan kajian terdahulu. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode yaitu membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiyono, 2022).

Hasil dan Pembahasan

Secara umum, gerakan hijrah remaja di Kecamatan Tualang ditandai oleh meningkatnya minat remaja untuk mengikuti kajian, mendekat ke masjid, mengubah gaya hidup menjadi lebih Islami. Pada awal pembentukan komunitas, peserta kajian bisa mencapai puluhan orang dan

suasa terasa semangat. Akan tetapi, setelah beberapa bulan, jumlah peserta cenderung menurun. Sebagian remaja mulai jarang hadir dengan berbagai alasan sibuk sekolah, kerja, kejenuhan atau merasa tidak cocok dengan gaya ceramah dan suasana kelompok. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberhasilan gerakan hijrah remaja tidak hanya ditentukan oleh semangat awal tetapi sangat dipengaruhi oleh pola komunikasi dakwah dan model pembinaan yang dijalankan.

Pola komunikasi dakwah di kalangan remaja hijrah di Kecamatan Tualang umumnya bersifat informal, interaktif, dan berbasis komunitas. Kegiatan dakwah tidak hanya berlangsung di masjid, tetapi juga melalui media sosial seperti Instagram, tiktok, dan whatsapp group. Hal ini menunjukkan adanya transformasi dakwah dari ruang konvensional ke ruang digital. Para da'I muda berusaha menggunakan gaya bahasa yang Santai, relevan, dan tidak menggurui agar pesan dakwah mudah diterima oleh generasi muda. Namun, ditemukan bahwa tidak semua da'I memahami prinsip komunikasi persuasif dalam konteks dakwah. Sebagaimana da'I masih menggunakan pendekatan verbal yang menimbulkan kesan menegur atau menghakimi, terutama Ketika membahas isu moral remaja, seperti pergaulan bebas dan gaya hidup modern. Pendekatan ini seringkali memicu resistensi dari Sebagian remaja yang merasa di kritik secara personal. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi dakwah persuasif menurut Jalaluddin Rahmat, bahwa keberhasilan dakwah sangat ditentukan oleh kemampuan komunikator dalam menyesuaikan pesan dengan kondisi psikologis mad'u (Rahmat, 2018). Jika pesan disampaikan tanpa empati dan pemahaman audiens, maka efek dakwah menjadi lemah bahkan dapat menimbulkan penolakan.

Bentuk-bentuk problematikan komunikasi dakwah yang dialami remaja hijrah di Kecamatan Tualang dapat diringkas sebagaimana terlihat pada table berikut:

No	Bentuk Problematika	Penjelasan Singkat	Contoh Temuan Lapangan
1	Kesan dakwah menggurui dan menghakimi	Gaya Bahasa cenderung menekankan larangan dan ancaman tanpa empati	Remaja merasa diadili saat tema pergaulan/pacarana disampaikan secara keras
2	Bahasa dan contoh kurang relevan	Contoh kasus tidak menyentuh persoalan actual yang dialami remaja	Materi banyak memakai contoh umum, bukan realita tekanan teman sebaya, gawai, dll

3	Pola ceramah satu arah minim dialog	Kajian didominasi ceramah sedikit ruang untuk tanya jawab atau curhat	Remaja sungkan bertanya memilih cara jawaban di internet
4	Kesenjangan symbol hijrah dan pemahaman agama	Perubahan tampilan lebih menonjol daripada pendalaman ilmu dan akhlak	Focus pada pakaian syar'I dan postingan hijrah, bingung saat menghadapi masalah fiqih
5	Lemahnya pendampingan lanjutan	Tiudadak ada system mentoring/kelompok kecil yang mengawal proses hijrah	Setelah kajian remaja Kembali keaktivitas biasa tanpa control dan pendampingan

Hal ini menunjukkan bahwasan problematika komunikasi yang muncul tidak hanya berkaitan dengan isi pesan yang disampaikan, tetapi juga cara penyampaian, relevansi Bahasa, pola interaksi dalam majelis, serta keberlanjutan pendampingan setelah kajian. Kesan dakwah menggurui, minimnya ruang dialog, dan lemahnya system mentoring menjadi tiga aspek yang paling sering disebut informan remaja sebagai alasan menurunnya minat mereka untuk terus mengikuti kegiatan hijrah.

Secara teoritik, problematika komunikasi dakwah yang ditemukan di lapangan dapat dijelaskan dengan model komunikasi dua arah (*two-way communication*) dari Wilbur Schramm. Model menekankan pentingnya *feedback* antara komunikator dan komunikan. Dalam konteks dakwah, jika da'I tidak memberikan ruang dialog dan mendengarkan audiens, maka komunikasi menjadi searah dan berpotensi gagal. Beberapa da'I muda masih terjebak pada pola komunikasi satu arah, yaitu memberikan ceramah tanpa melibatkan audiens secara aktif. Dalam literatur klasik, komunikasi dakwah dibahas melalui konsep *tabligh*, *hikmah* dan *mau'izah hasanah*. *Tabligh* berarti menyampaikan dengan jelas. *Hikmah* berarti kebijaksanaan dalam memiliki kata dan metode, dan *mau'izah hasanah* berarti nasehat yang lembut dan menyentuh hati. Ketiga konsep ini sejalan dengan pendekatan komunikasi modern yang menekankan empati, persuasi, dan adaptasi terhadap audiens.

Jika ditinjau dari faktor penyebabnya, problematika komunikasi dakwah tersebut dipengaruhi oleh beberapa aspek yang diringkas dalam tabel berikut:

No	Faktor Penyebab Utama	Bentuk Pengaruh terhadap Komunikasi Dakwah	Implikasi terhadap Gerakan Hijrah Remaja
----	-----------------------	--	--

1	Keterbatasan keterampilan komunikasi da'I muda	Gaya dakwah cenderung normative, kurang empatik, minim pendekatan psikologis	Remaja merasa tidak dipahami, Sebagian memilih menjauh dari kajian
2	Keragaman latar belakang religus remaja	Matyeri suliyt disesuaikan ada yang merasa terlalu dasar ada yang terlalu berat	Sebagian remaja osan, Sebagian lain merasa tertinggal dan minder
3	Pengaruh kuat budaya populer dan media social	Remaja terbiasa konten singkat dan visual, dakwah kaku kurang diminati	Hijrah cenderung simbolik, kuat di media social, lemah dalam praktik nyata
4	Keterbatasan waktu dan sumber daya Pembina	Program pembinaan cenderung bersifat event belum berkelanjutan	Komunitas semangat di awal, melemah Ketika tidak ada pendampingan intensif
5	Konteks social budaya Tualang yang dinamis	Ritme hidup cepat dan orientasi praktis , materri abstrak sulit diikuti	Remaja sulit menghubungkan materi dakwag dengan realitas hidup sehari-hari

Hal ini menggambarkan bahwa problematika komunikasi dakwah merupakan hasil interaksi factor internal dan eksternal. Secara internal, keterampilan komunikasi da'I muda dan desain program pembinaan masih memiliki sejumlah keterbatasan. Secara eksternal, budaya populer, media social dan dinamika social budaya tUalang membentuk cara remaja dalam menerima dan menyaring pesan dakwah. Kombinasi kedua aspek ini menyebabkan gerakan hijrah remaja tampak kuat pada fase awal, tetapi tidak selalu mampu menjaga komitmen keagamaan dalam jangka Panjang. Banyak remaja yang masih terpengaruh oleh tren budaya sekuler dan komnten digital yang kontradiktif dengan nilai-nilai Islam, akibatnya, pesan dakwah seringkali bersaing dengan narasi gaya hidup yang lebih menarik (Bungin, 2015).

Menurut teori komunikasi dakwah yang dikemukakan oleh M.Quraish Shihab, dakwah seharusnya dilakukan dengan prinsip *bil hikmah wal mau'izhah al-hasan* (QS. An-Nahl: 125) yaitu kebijaksanaan, nasihat yang baik, dan dialog yang santun (Shihab, 2002). Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa Sebagian da'I muda masih kesulitan menenrjemahkan prinsip ini dalam konteks komunikasi kontemporer. Disisi psikologi perkembangan, remaja berada

pada tahap pencarian jati diri dan cenderung sensitive terhadap kritik (Santrock, 2011). Oleh karena itu gaya komunikasi yang terlalu normative atau menekan dapat membuat pesan dakwah tidak efektif. Dalam konteks dakwah remaja hijrah di Kecamatan Tualang, komunikasi tidak hanya sekedar penyampaian pesan agama, melainkan juga proses pembentukan identitas sosial dan spiritual. Banyak remaja merasa dakwah menjadi lebih relevan ketika disampaikan oleh da'I muda yang senasib atau seumurannya. Fenomena ini memperlihatkan bahwa kredibilitas komunikator dalam dakwah tidak lagi hanya ditentukan oleh kedalaman ilmu agama, tetapi juga kedekatan sosial dan kesamaan pengalaman hidup.

Temuan ini menguatkan teori *ethos* komunikator dari Aristoteles yang dikutip Kembali oleh Jalaluddin Rahmat bahwa efektivitas komunikasi ditentukan oleh tiga unsur yaitu *ethos* (kepribadian komunikator), *pathos* (emosi audiens), dan *logos* (logika pesan) (Rahmat, Psikologi Komunikasi, 2018). Dalam konteks dakwah hijrah, *ethos* da'I muda menjadi faktor paling menentukan karena remaja lebih mudah meniru pelaku, bukan hanya mendengarkan nasehat. Ditemukan juga bahwa kedekatan emosional antara da'I muda dan audiens kadang menyebabkan ambiguitas peran: antara sebagai teman sebaya dan sebagai pembimbing spiritual. Dalam beberapa kasus, remaja menganggap ceramah sebagai obrolan santai. Hal ini menunjukkan perlunya pembedaan peran komunikasi informal dan formal dalam strategi dakwah komunitas. Kondisi ini sesuai dengan pandangan Al-Ghazali dalam *ihya' Ulumuddin*, bahwa seorang da'I harus memahami kondisi objek dakwah agar dapat menyesuaikan cara penyampaian. Al-Ghazali menegaskan bahwa keberhasilan dakwah tidak bergantung pada banyaknya kata, tetapi pada kebijaksanaan dan ikhlas menyampaikan pesan. Konsep ini menjadi dasar penting untuk menyeimbangkan keakraban sosial dan ketegasan spiritual dalam remaja.

Dakwah remaja hijrah di Tualang banyak berlangsung melalui media sosial. Fenomena ini mendukung teori komunikasi dakwah digital bahwa dakwah masa kini tidak hanya disampaikan secara verbal di mimbar, tetapi juga melalui cyber dakwah dengan memanfaatkan media digital (Muhtadi, Komunikasi Dakwah Digital, 2019). Namun, di sisi lain, dakwah digital juga melahirkan problem baru yaitu munculnya Ustadz instan yang tidak memiliki otoritas keilmuan yang memadai. Dalam komunitas hijrah, banyak da'I muda yang mengutip potongan ayat atau hadist tanpa konteks lengkap, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman bahwa tren hijrah digital cenderung menekankan simbolisme agama dibandingkan pemahaman mendalam. Media sosial telah menjadi ruang utama bagi remaja hijrah untuk mengekspresikan diri dan menyebarkan pesan keagamaan. Komunitas di Tualang

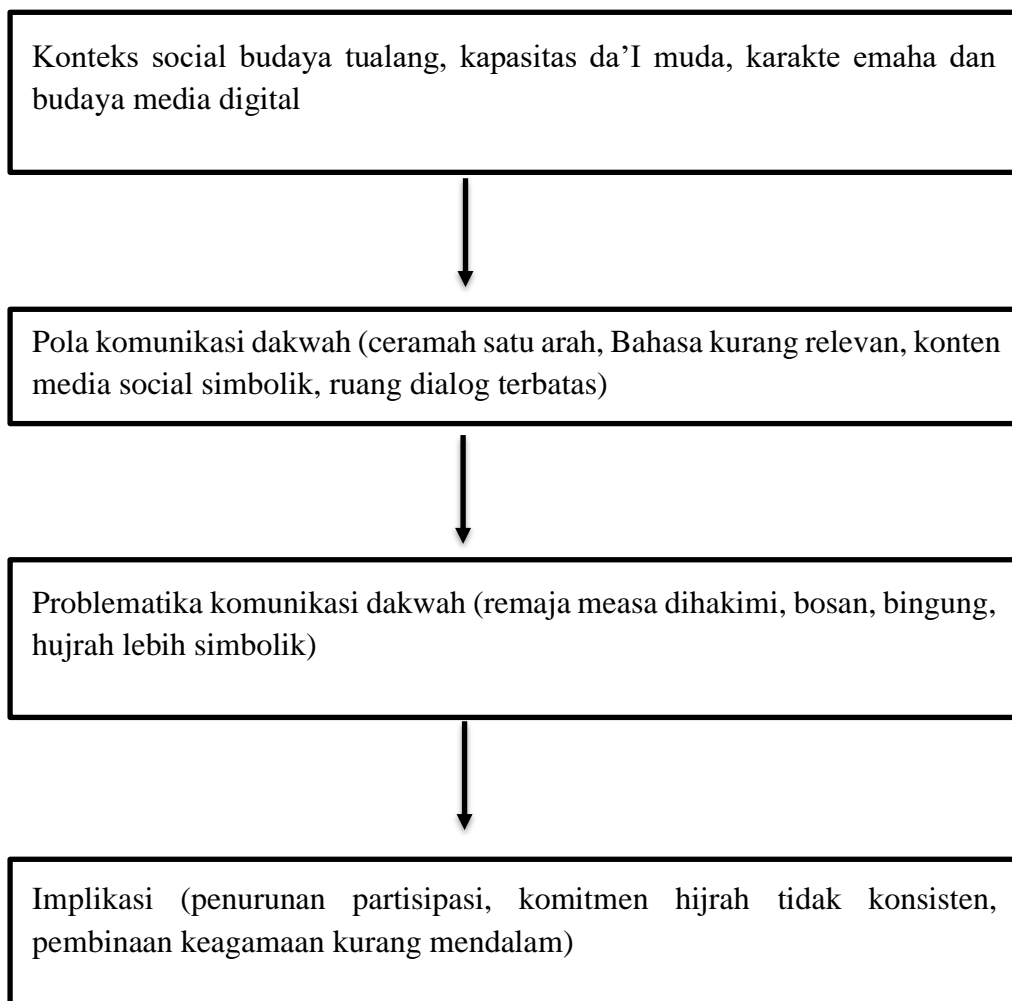
aktif memanfaatkan platform seperti Instagram, tiktok, dan youtube untuk membagikan potongan video kajian, testimoni hijrah, serta kutipan motivasi Islam. Dalam konteks komunikasi dakwah, hal ini menunjukkan terjadinya pergeseran dari dakwah lisan ke dakwah visual naratif.

Menurut teori *uses and gratifications* audiens media memiliki kebebasan memilih informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian, kegiatan dakwah di media sosial harus bersifat relevan, menarik, dan ringan agar mampu menyaingi konten hiburan sekuler. Para da'I muda di Tualang telah beradaptasi dengan prinsip ini melalui produksi konten yang menggabungkan *visual aesthetics* dengan pesan moral, seperti *desain quote Islami*, dan video pendek yang memotivasi perubahan diri. Namun, penggunaan media sosial juga menimbulkan problem komunikasi baru, yaitu reduksi makna pesan dakwah akibat keterbatasan durasi dan konteks. Banyak remaja yang salah mengartikan Ketika potongan video atau teks disebarkan tanpa konteks lengkap. Fenomena hijrah digital ini sering menghasilkan agama instan yang dangkal karena proses pembelajarannya bersifat fragmatis. Oleh karena itu diperlukan literasi dakwah digital agar da'I dan mad'u sama-sama memahami cara berkomunikasi yang bertanggung jawab di ruang cyber, bahwa dakwah digital seharusnya tidak hanya menyebarkan pesan, tetapi juga mendidik kesadaran kritis terhadap informasi agama yang beredar (Muhtadi, Komunikasi Dakwah Digital, 2019).

Konteks sosial Kecamatan Tualang, sebagai kawasan industri dan urbanisasi, mempengaruhi gaya hidup remaja. Banyak remaja terpapar budaya populer global yang menjunjung kebebasan individu dan ekspresi diri. Dalam situasi ini, dakwah menghadapi tantangan untuk bersaing dengan narasi modernitas. Agama dalam konteks modern harus mampu menjadi kekuatan moral yang dialogis, bukan hegemonik. Gerakan hijrah remaja di Tualang mencoba menjawab tantangan tersebut melalui dakwah berbasis komunitas. Dengan menciptakan ruang sosial yang hangat dan egaliter, komunitas ini berfungsi sebagai tempat *healing spiritual* bagi remaja yang mencari makna hidup. Pola ini menunjukkan bahwa dakwah bukan sekedar transfer pengetahuan agama, melainkan proses transformasi identitas menuju keislaman yang lebih relative (Hasan, 2019). Komunitas hijrah di Kecamatan Tualang memperlihatkan karakteristik sosial yang unik. Mereka mengembangkan system keanggotaan yang fleksibel, terbuka bagi siapa pun yang ingin memperbaiki diri. Kegiatan mereka tidak hanya berupa kajian agama, tetapi juga aksi sosial seperti berbagi makanan, bersih masjid, dan coffee sharing dakwah di warung-warung lokal. Pendekatan ini menjadikan gerakan hijrah lebih inklusif dan menarik bagi remaja yang sebelumnya jauh dari lingkungan keagamaan.

Komunitas ini membentuk ikatan sosial berbasis nilai yang menekan ukhuwah, empati, dan saling mendukung. Namun dinamika sosial di dalam komunitas juga memunculkan sejumlah problem komunikasi internal, seperti perbedaan pandangan terhap metode dakwah pembagian peran, dan kedisiplinan anggota. Beberapa anggota menganggap bahwa Sebagian da'I terlalu menekankan aspek fiqih tanpa memperhatikan dimensi sosial, sementara Sebagian lain merasa bahwa dakwah harus lebih santai. Fenomena ini menggambarkan bahwa komunikasi dakwah tidak terlepas dari konflik interpretasi terhadap makna hijra itu sendiri. Sebagian memahami hijrah sebagai transformasi moral individual, sementara yang lain melihatnya sebagai gerakan sosial yang lebih luas (Hasan, 2019).

Secara konseptual, hubungan antara konteks social budaya, kapasitas da'I muda, karakter remaja, pola komunikasi dakwah dan problematika yang muncul dapat digambarkan dalam sebuah skema alur. Skema ini memperlihatkan bahwa problematika komunikasi dakwah bukan hanya disebabkan oleh kelemahan pada satu titik, tetapi merupakan hasil rangkaian proses yang saling berkaitan.



Skema ini menunjukkan bahwa konteks social budaya Kecamatan Tualang, kapasitas komunikator dakwah dan karakter remaja yang sangat dipengaruhi budaya media digital membentuk pola komunikasi dakwah tertentu. Pola komunikasi yang masih di dominasi ceramah satu arah, dengan Bahasa dan contoh yang kuat relevan, serta pemanfaatan media social yang lebih bersifat simbolik, pada akhirnya melahirkan berbagai problematika komunikasi. Remaja merasa dihakimi, jenuh, dan kebingungan dalam memahami ajaran, sehingga hijrah cenderung berhenti pada symbol dan tren. Implikasi lebih jauh Adalah melemahnya partisipasi dan tidak stabilnya komitmen hijrah remaja dari waktu ke waktu.

Ibn Qayyim al-Jauziyyah menegaskan bahwa dakwah tidak akan efektif jika disampaikan dengan kemarahan atau caci maki, karena hati manusia cenderung tertutup oleh kekerasan kata. Dalam konteks remaja hijrah, hal ini sangat relevan, mereka membutuhkan teladan dan dialog bukan sekedar perintah dan larangan. Selain itu, Imam al-Nawai dalam *Riyadhus Shalihin* menulis bahwa “sebaik-baik dakwah Adalah yang membuat orang mencintai kebaikan, bukan takut kepada kesalahan”. Pandangan ini menjadi rujukan penting bagi para da’I muda di Tualang untuk menumbuhkan semangat hijrah yang berbasis cinta, bukan ketakutan. Dari sisi kontekstual, pendekatan dakwah berbasis komunitas seperti di Tualang memperlihatkan implementasi nilai *ukhuwah Islamiyyah* dan *Islah* (perbaikan sosial). Dakwah tidak hanya menjadi kegiatan keagamaan, tetapi juga gerakan sosial yang menumbuhkan solidaritas dan kepedulian antar remaja. Inilah bentuk konkret dari amar ma’ruf nahi munkar yang bersifat partisipatif dan humanistic.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa gerakan hijrah remaja di Kecamatan Tualang merupakan fenomena keagamaan yang potensial namun sekaligus menghadapi sejumlah problematika komunikasi dakwah. Secara umum, semangat remaja untuk mendekat kepada ajaran Islam tercermin dari ketertiban mereka dalam komunitas hijrah dan aktivitas keagamaan. Namun semangat tersebut tidak selalu diikuti oleh pemahaman dan perubahan perilaku yang konsisten. Problematika utama yang ditemukan berkaitan dengan gaya komunikasi sebagaimana da’I muda yang cenderung satu arah, normative, dan kurang sensitive terhadap kondisi psikologis remaja, pemanfaatan media digital yang belum optimal, sehingga pesan dakwah sering kali menjadi simbolik dan tidak terinternalisasi secara mendalam, serta lemahnya pembinaan lanjutan dan struktur pendampingan yang mengakibatkan komitmen hijrah remaja mudah menurun. Factor-faktor yang mempengaruhi problematika tersebut antara lain :

keterlibatan keterampilan komunikasi dan literasi digital para da'I muda, keragaman latar belakang keagamaan remaja, pengaruh budaya populer dan media social, serta karakter social budaya lokal Kecamatan Tualang sebagai wilayah industry yang dinamis. Dengan temuan tersebut, penelitian ini menegaskan pentingnya pengembangan model komunikasi dakwah yang lebih persuasive, dialogis, dan kontekstual, sekaligus pemanfaatan media digital secara kreatif dan bertanggung jawab. Dakwah kepada remaja tidak cukup hanya menyampaikan materi agama, tetapi memerlukan pendekatan komunikasi yang menghargai pengalaman, Bahasa, dan dunia social mereka. Tanpa perbaikan pada aspek komunikasi, gerakan hijrah beresiko berhenti pada tataran transformasi religius yang mendalam dan berkelanjutan.

Referensi

- Afandi, S. K. (2022). *Komunitas Hijrah dan Ekspresi Keberagamab Kaum Milenial di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Astutiningrum, R. R. (2019). *Hijrah Asyik Muslimah Milenial*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Azra, A. (2018). *Islam Nusantara dan Dinamika Sosial Keagamaan di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media.
- Basit, A. (2021). *Dakwah Milenial*. Yogyakarta: CV. Wawasan Ilmu.
- Bungin, B. (2015). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Burhan. (2015). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Hakim, L. (2024, Maret 5). Dinamika Hijrah di Indonesia: Dari Menuju Gerakan Sosial Transformasi Spiritual. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSai)*, 5 No. 1, 13-33. doi:<https://doi.org/10.22373/jsai.v5i1.3993>
- Hakim, L. (2024). Dinamika Hijrah di Indonesia: Dari Menuju Gerakan Sosial Transformasi Spiritual. *Jurnal Sosiologi Agama Islam*, 5 (1)(2722-6700), 13-33. doi:<https://doi.org/10.22373/jsai.v5i1.3993>
- Hasan, N. (2019). *Literasi Media Islam dan Akyivisme Remaja Muslim*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Manzur, I. (1990). *Lisan al-'Arab*. Beirut: Dar Al-Kutub Al 'Ilmiyyah.
- Masruroh. (2021). *Pengantar Teori Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Socpindo Media Pustaka.
- Masturi, R. S. (2021). *Hijrah Salafi dan ANak Muda Perkotaan*. Tangerang Selatan: Lembaga Kajian Dialektika.

- Moleong. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, A. S. (2012). *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan dan Aplikasi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Muhtadi, A. S. (2019). *Komunikasi Dakwah Digital*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Muzayana. (2019). *Strategi Dakwah Komunitas Terhadap Generasi Milenial (Penelitian Pada Komunitas Yuk Ngaji Jogja)*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Nur Ratih Devi Affandi, M. O. (2019). Komunikasi Dakwah Pemuda Hijrah. *Manajemen Komunikasi*, 3 NO.22(ISSN 2548-3242), 173-184. doi:<http://doi.org/10.24198/jmk.v3i2.20492>
- Rahmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Santrock, J. W. (2011). *Adolescence: Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Shihab, M. Q. (2002). *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Berbagai Persoalan Umat*. Bandung: Mizan.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Zanariyah, U. (2023). *Strategi Komunikasi Dakwah*. Malang: Litnus.