

HIBRIDITAS KEISLAMAN GENERASI Z DAN FENOMENA HIJRAH POP

Sunaryanto

Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Dirosat Islamiyah Al-Hikmah Jakarta

Email: masgagah6937@gmail.com

Ahmad Rofi Syamsuri

Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Dirosat Islamiyah Al-Hikmah Jakarta

Email: ust.rofisyamsuri@gmail.com

Abstract

This study analyzes the meaning of Islamic hybridity and the phenomenon of pop hijrah among Generation Z. This research is qualitative research with literature study, the primary data is collected from journals, books, and internet sources and others. The conclusion of this study is that the hybrid identity of generation Z is the result of negotiations in the third space (read: popular mass media) between Islam and popular culture. The Hijrah Pop identity is a hybrid identity resulting from a cross between Islam and popular culture. Generation Z hybrid identity and the Hijrah Pop phenomenon are negotiated, formed, and expressed through the third space, namely social media. The hijrah, which is part of the Islamic identity of generation Z and the hijrah artist, is negotiated, formed, and expressed in the third space, namely social media. In this third space, all aspects of identity negotiate with each other as well as fight over each other. Thus, a hybrid identity was formed which actually experienced a confusion of directions. Generation Z and this hijrah artist do not yet understand which identity belongs to him. Their Islam is actually also driven by the globalization of culture and the global economy.

Keywords: Pop Hijrah, Islam, Generation Z, Social Media

Abstrak

Penelitian ini menganalisis makna hibriditas keislaman dan fenomena hijrah pop di kalangan Generasi Z. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan studi pustaka maka data primer dikumpulkan dari jurnal, buku, dan sumber internet dan lain-lain. Kesimpulan penelitian ini adalah identitas hibrida keislaman generasi Z merupakan hasil negosiasi di ruang ketiga (baca: media massa populer) antara Islam dan budaya populer. Identitas Hijrah Pop merupakan identitas hibrida hasil persilangan antara Islam dan budaya populer. Identitas hibrida generasi Z dan fenomena Hijrah Pop dinegosiasikan, dibentuk, dan diekspresikan melalui ruang ketiga (*the third space*) yaitu media sosial. Hijrah yang menjadi bagian identitas keislaman generasi Z maupun artis hijrah ini dinegosiasikan, dibentuk, dan diekspresikan di ruang ketiga yaitu

media sosial. Pada ruang ketiga ini, semua aspek identitas saling menegosiasi sekaligus saling memperebutkan. Maka kemudian terbentuklah identitas hibrida yang justru sebenarnya mengalami satu kebingungan arah. Generasi Z dan artis hijrah ini belum memahami identitas mana yang menjadi miliknya. Keislaman mereka sebenarnya juga didorong oleh globalisasi budaya dan ekonomi global.

Kata Kunci: Hijrah Pop, Islam, Generasi Z, Media Sosial

Pendahuluan

Satu waktu pagi penulis mengirim pesan pendek ke seorang teman, sebut saja 'akhwat'.¹ Penulis menanyakan apa aktivitas pada pagi hari tersebut, apakah berzikir atau membaca Al-Qur'an. Akhwat tersebut kemudian mengirimkan satu link video YouTube. Akhwat tersebut kemudian mengatakan dirinya sedang mengikuti satu kajian online melalui YouTube.² Penulis kemudian mengklik link YouTube tersebut dan isinya adalah kajian online yang diisi oleh Syafiq Riza Basalamah.³ Menurut hasil studi Convey Report yang diterbitkan oleh PPIM UIN Jakarta, Syafiq Riza Basalamah

¹ Istilah akhwat sebelumnya sangat identik dengan gerakan dakwah Salafi maupun gerakan dakwah Tarbiyah. Terminologi ini kemudian lebih populer bagi perempuan muslimah yang aktif mengikuti kajian dakwah Salafi. Ciri-ciri pakain yang digunakan akhwat ini misalnya menggunakan hijab yaitu pakaian digunakan dari ujung kepala hingga mata kaki. Tidak ada ketentuan apakah pakaian itu hanya satu potong (gamis), dua potong (rok dan blus) atau tiga potong (baju lengan panjang, rok, dan jilbab). Namun, yang terpenting adalah tubuh tertutup dari kepala sampai mata kaki. Lebih khusus lagi adalah penggunaan cadar yang maknanya bisa sangat ideologis. Tapi dengan berkembangnya tren hijrah di kalangan millennial dan generasi Z cadar kemudian menjadi populer. Tidak semua wanita yang menggunakan cadar dapat diidentifikasi berideologi Salafi. Lihat di Hijriah, "Di Balik Hijab: Interaksi Antara Ikhwan dan Akhwat Anggota Wahdah Islamiyah," *Jurnal Emik* Vol. 3, No. 2, Desember (2020): h. 12, <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.684>.

² Adeni mislanya melakukan kajian masternya untuk melihat televisi keislaman Salafi menggunakan teori institusi dan komunikasi Islam. Salafi selama ini memang giat berdakwah secara online menggunakan YouTube. Rodja TV yang menjadi kajian Adeni ternyata selama ini sangat populer dengan menggunakan YouTube. Adeni, "Institusi Televisi Keislaman: Studi atas Rodja TV sebagai Media Islam Salafi" (Tesis S2, Konsentrasi Dakwah dan Komunikasi, Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016), <http://repository.uinjkt.ac.id>.

³ Tonton misalnya pada akun YouTube yang dibuat oleh Syafiq Riza Basalamah Official, "Official Channel Ustadz Syafiq Basalamah," diakses 22 Maret 2021, <https://www.YouTube.com/c/SyafiqRizaBasalamahOfficial/videos>.

merupakan da'i yang berafiliasi dengan Salafi.⁴ Da'i ini populer di YouTube dengan kajian Salafinya bersama Khalid Basalamah.⁵

Akhwat ini, sepengetahuan penulis belum lama 'hijrah' dalam pengakuannya. Sebelumnya sangat jarang mengikuti kegiatan dakwah Salafi baik offline maupun online. Sebab, menggunakan identitas hijrah, akhwat tersebut saat ini menggunakan cadar.⁶ Identitas hijrah yang melekat pada dirinya sepertinya didapatkan karena melihat beberapa video YouTube Syafiq Basalamah. Tetapi secara kultural, akhwat ini sepertinya tidak memahami dengan mendalam ideologi Salafi yang sedang digandrunginya. Menurut penulis, identitas hijrah yang melekat pada dirinya belum sepenuhnya menjadi ideologi. Hijrah Pop yang hybrid mungkin tepat untuk menamakan proses pencarian jati dirinya saat ini. Akhwat tersebut kemudian terkadang mengirim melalui whatsapp beberapa quote atau gambar motivasi yang lekat dengan Salafi. Indikatornya adalah gambar wanita bercadar, celana cingkrang, dan jenggot yang selama ini identik dengan simbol-simbol dakwah Salafi.⁷ Identitas Hijrah Pop ini juga melanda beberapa mahasiswi generasi Z yang menjadi mahasiswa penulis. Mereka sedang gandrung (baca: jatuh cinta) dengan Hijrah Pop dengan da'i Salafi dan beberapa selebgram hijrah saat ini.

Satu kasus lagi, sewaktu penulis membimbing skripsi seorang mahasiswi sebut saja namanya Faiqoh. Penulis mengidentifikasi bahwa identitas yang melekat pada dirinya adalah Salafi. Cirinya dapat dilihat pada pakaian dan cadar yang digunakan meskipun masih buka dan tutup. Walaupun identifikasi ini sepertinya belum bisa membenarkan bahwa Faiqoh cenderung memiliki identitas Salafi. Agak berbeda dengan kasus yang pertama, Faiqoh tidak secara langsung menyebut dirinya akhwat. Latar belakang pendidikan bukan dari pesantren dan sepengetahuan penulis adalah SMK Jurusan Sistem Informasi. Faiqoh kemudian melanjutkan kuliah mengambil jurusan Dakwah dan Komunikasi.

⁴ Rangga Eka Saputra, *Convey Report: Sikap dan Perilaku Keberagamaan Guru dan Dosen Pendidikan Agama Islam, Convey Report*, Vol. 1, No. 18 (Jakarta: PPIM UIN Jakarta, 2018), h. 26.

⁵ CNN Indonesia, "Salafi ala Basalamah dan Hijrah Kaum Muda Takut Dosa," diakses 21 Maret 2021, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190521133253-20-396867/salafi-ala-basalamah-dan-hijrah-kaum-muda-takut-dosa>.

⁶ Kelompok gerakan salafi yang mempunyai keunikan dalam berpakaian khususnya perempuan. Wanita salafi dominan menggunakan gamis, jubah serta cadar. Meskipun sampai saat ini di beberapa tempat, cadar belum sepenuhnya bisa diterima oleh masyarakat. Lihat di Wiga Rahayu, "Profil Wanita Bercadar (Studi Kasus Wanita Salafi di Kelurahan Tangkareng Timur Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru)," *Jom Fisip* Vol.3, No. 1, Februari (2016): h. 1.

⁷ Reni Juliani, "Stigmatisasi Mahasiswa Tentang Maraknya Mahasiswa Bercadar di Kampus," *Jurnal Community* Vol. 4, No. 1, April (2018): h. 90-93.

Sebagai muslimah generasi Z, Faiqoh tampil gaul, trendi, dan cantik meskipun tidak meninggalkan identitas keislamannya yaitu dengan jilbab panjang dan menghafal Al-Qur'an.⁸ Faiqoh menjadi guru Al-Qur'an di sebuah taman pendidikan Al-Qur'an (TPA) di dekat rumahnya. Pada satu waktu, saat bimbingan skripsi, Faiqoh bersama teman-temannya tiba-tiba bergaya di depan kamera handphone. Mereka merekam video yang kemudian diupload ke media sosial tik-tok. Penulis kemudian menanyakan apakah sering mengupload video ke tik-tok dan sosoknya membenarkan pertanyaan tersebut.⁹ Selain tik-tok Faiqoh juga aktif di media instagram bersama teman-temannya. Media sosial pada akhirnya menegosiasikan identitas dirinya kemudian membentuk identitas pop yang hybrid.

Penulis sampai saat ini mencoba menemukan apa sebenarnya identitas yang dibentuk oleh dua perempuan generasi Z tersebut. Meskipun penulis menamakan proses tersebut sebagai Hijrah Pop, tapi sepertinya istilah ini memerlukan kajian lebih mendalam. Identitas Pop mereka dapat dikatakan hibrida karena menyatukan Islam dengan budaya populer yang mungkin dianggap sekuler. Mereka sebenarnya hanyalah bagian dari fenomena Hijrah

⁸ Gerakan hijrah terjadi secara komunal melahirkan sebuah gerakan sosial berbasis keagamaan. Gerakan hijrah ini kemudian membangun identitas baru sebagai sebagai umat beragama yang taat pada aturan Islam. Gerakan hijrah bertujuan agar anak muda dekat dengan Al-Quran, shalat tepat waktu, giat mencari ilmu agama dan menebarkan syiar Islam melalui platform media sosial. Terlepas dari identitasnya sebagai pemuda pada umumnya, dengan keikutsertaan dalam gerakan hijrah ini adanya konstruksi identitas dan pembingkaiian kultural mereka generasi millennial dan generasi Z gaul namun taat dalam beragama. Pendapat ini penulis tambahkan untuk melihat membandingkan symbol identitas hijrah yang dibangun oleh Faiqoh yang kemudian memiliki kesamaan dengan gagasan Zahara dkk. Lihat di M.N. Zahara, D. Wlidan, dan S. Komariah, "Gerakan Hijrah : Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial di Era Digital," *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development* Vol. 2, No. 1, Juni (2020): 57.

⁹ Pada saat makalah ini ditulis, media berita online maupun media sosial sedang ramai dengan berita pernikahan Ustad Syam El-Marusy dengan seorang influencer/selebgram bernama Jihan Salsabila. Penulis kemudian mencoba ikut mencari jejak digitalnya untuk membaca fenomena yang terjadi. Setelah menelusuri YouTube, penulis menemukan banyak video tentang siapa sebenarnya Jihan Salsabila Ghazali. Sosoknya, Jihan Salsabila ternyata seorang influencer/selebgram hijrah yang aktif di media tik-tok. Menurut beberapa video yang beredar, Ustadz Syam mengenal Jihan dimulai dari media sosial Tik-Tok. Jihan Salsabila dalam beberapa unggahan video di YouTube nya secara phisik sebenarnya lebih menampilkan kecantikannya dibandingkan dengan ilmu agamanya. Karakter utama adalah menampilkan identitas hybrid sebab hanya misalnya membuat video tutorial menggunakan jilbab. Beberapa video juga misalnya berisikan tentang bagaimana menjalani ta'aruf secara Islami. Ta'aruf menurut penulis, yang divideokan oleh Jihan sebenarnya ta'aruf pop. Fenomena artis hijrah di media sosial Tik-Tok saat ini menjadi ruang ketiga dalam membentuk idenitas hybrid para generasi Z dan fluencer/artis hijrah. Lihat di Putri Qolbi, "Bermula Dari Tiktok, Ustadz Syam Persunting Jihan Ghazali," diakses 23 Maret 2021, <https://www.insertlive.com/hot-gossip/20210313200302-7-198327/bermula-dari-tiktok-ustaz-syam-persunting-jihan-ghazali>.

Pop yang saat ini melanda generasi Z. Hijrah Pop ini menurut penulis hanyalah proses pencarian jati diri generasi Z yang dinamis yang sulit untuk diobjektifikasi.

Penelitian ini kemudian menyetujui gagasan Evolvi¹⁰, meskipun Islam sering dianggap tidak sejalan dengan budaya Eropa (misalnya Italia) tetapi dengan mengakulturasi identitas hybrid muslim, Islam bisa sejalan dengan budaya dan masyarakat Eropa. Negosiasi Islam dengan modernitas ini kemudian memunculkan fenomena hijrah populer di kalangan generasi Z. Identitas yang terbentuk adalah bisa sangat *hybrid*, satu sisi menampilkan Islamisme dan satu menggunakan identitas pop. Bakti, juga berargumen bahwa media global telah membaw nilai-nilai baru tetapi tetap bisa diintegrasikan dengan Islam. Bakti tidak menyetujui sekulerisasi agama (baca: Islam) yang ditampilkan di ruang media global.¹¹

Penelitian ini juga menyelarasi tesis Romario mengenai dua model konsumsi pengetahuan agama generasi Z. Pertama, generasi Z yang mengunduh pengetahuan agama dari berbagai latar belakang ustadz. Kedua, generasi Z yang konsisten dalam mencari ilmu agama di media sosial menggunakan persamaan latar belakang ideologi atau ormas agama.¹² Penelitian ini juga menyetujui tesis Triantoro dkk, konsekuensi hibridasi identitas anak muda Islam pada saatnya juga mengarah pada pengelolaan dakwah yang hybrid. Sehingga dakwah terhadap generasi Z harus dilakukan mengkolaborasi antara Islam dan budaya populer.¹³

Berdasarkan latar belakang di atas maka diskursus ini akan dijawab dengan pertanyaan pokok yaitu bagaimana makna hibriditas keislaman dan fenomena hijrah pop di kalangan Generasi Z? Agar mudah menjawab rumusan masalah maka pertanyaan pokok dibantu dengan pertanyaan turunan yaitu

¹⁰ Giulia Evolvi, "Hybrid Muslim Identities in Digital Space: The Italian blog Yalla," *Social Compass* Vol. 64, No. 2 (2017): h. 1, <https://doi.org/10.1177/0037768617697911>.

¹¹ Andi Faisal Bakti dan Venny Eka Meidasari, "Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam," *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 04, no. 1, Juni (2014): 1–25, <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/35/29>; Andi Faisal Bakti, "The Role of Islamic Media in The Globalization Era: Between Religious Principles and Values of Globalization the Challenges dan Opportunities," in *The 2nd International Confrence of Islamic Media* (Jakarta, 2011).

¹² Romario, "Generasi Z, Media Sosial, dan Pencarian Agama: Studi Terhadap Tiga Sekolah Menengah Atas di Yogyakarta" (Tesis S2, Konsentrasi Psikologi Pendidikan Islam, Studi Interdisciplinary Islamic Studies, Sekolah Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2019), h. iv.

¹³ Dony Arung Triantoro, Eko Saputra, dan Tri Wahyuni, "Mengelola Hibridasi Identitas Anak Muda Islam: Studi Pada Lembaga Teras Dakwah Di Yogyakarta," *Jurnal Manajemen Dakwah* Vol. 5, No. 2, Juli-Desember (2019): h. 114, <https://doi.org/10.14421/jmd.2019.52-01>.

seperti apa makna Generasi Z? Sejauh apa makna identitas pop dan hibriditas di ruang ketiga bagi Generasi Z? Mengapa generasi Z membangun identitas melalui hijrah pop di ruang ketiga?

Metodologi

Diskursus permasalahan yang telah dijelaskan pada uraian di atas akan dijawab dengan metode penelitian kualitatif. Jenis penelitian kualitatif merupakan cara menganalisis data yang bersifat subjektif dan naturalistik.¹⁴ Hasil penelitian kualitatif tidak dapat digeneralisasi seperti hasil penelitian kuantitatif. Studi pustaka kemudian dipilih sebagai metode untuk menjawab permasalahan yang telah diuraikan. Sebab berupa penelitian pustaka, data primer yang digunakan adalah dokumen misalnya jurnal, buku, proseding seminar, webiste dan lain-lain. Setelah data dikumpulkan kemudian di analisis teknik mengalir yaitu dengan cara mereduksi data, membuat display data, dan terakhir dengan merumuskan kesimpulan.¹⁵ Sifat analisis data yang digunakan adalah deskriptif analitik dengan mengumpulkan data pustaka yang relevan kemudian mengambil kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian.¹⁶

PEMBAHASAN

Siapakah Generasi Z?

Sejalan dengan pendapat Dwidienawati dan Gandasari¹⁷, para sarjana harus memulai melakukan penelitian tentang generasi Z. Ruang lingkup penelitian mengenai generasi X dan Y sepertinya harus mulai ditinggalkan. Gagasan ini bukan berarti menganggap generasi sebelumnya sudah tua untuk dijadikan satu kajian. Meminjam pendapat Putra¹⁸ referensi penelitian tentang

¹⁴ Yvonne Darlington dan Dorothy Scott, *Qualitative Research in Practice: Stories From theField* (Australia: Allen & Unwin, 2002), h. 1-10; Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln, *The Sage Handbook of Qualitative Research*, ed. oleh Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln, 5 ed. (Singapore: SAGE Publications, 2019), h. 6-7, <https://doi.org/10.1007/s11229-017-1319-x>.

¹⁵ Adeni, "Institusi Televisi Keislaman: Studi atas Rodja TV sebagai Media Islam Salafi," h. 19-20; Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Source Book*, 3 ed. (London and New York: SAGE Publications, 2014), h. 21-24.

¹⁶ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)* (Sleman: Deepublish, 2018), 15–20.

¹⁷ Dalam abstrak pengantar hasil penelitiannya Dwidienawati dan Gandsari menuliskan "It seems like researchers have just started to finally understand Generation Y (Gen Y). Now, along comes Generation Z (Gen Z)". Lihat di Diena Dwidienawati dan Dyah Gandasari, "Understanding Indonesia's Generation Z," *International Journal of Engineering and Technology* Vol. 7, No. 3.25 (2018): h. 250, <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.25.17556>.

generasi Z bersifat lokal masih sangat sedikit. Beberapa penelitian yang ditemukan lebih banyak merupakan hasil penelitian generasi Z di luar negeri.

Penelitian mengenai identitas keislaman generasi Z bisa menjadi keberlanjutan penelitian mengenai generasi millennial yang sudah banyak diteliti sebelumnya. Seperti gagasan Dewanti dan Indrajit¹⁹, perkembangan teknologi informasi dan berbagai teknologi artifisial telah merupakan satu negosiasi budaya tempat generasi Z lahir maka mereka disebut “*silent, the iGeneration, generation quiet, and the next generation*”. Mengelaborasi gagasan Dolot²⁰ serta Linnes dan Brain²¹, *iGenerasi* ini jauh lebih melek teknologi dibandingkan dengan generasi yang lebih tua. Dengan kondisi ini, identitas yang dibentuk adalah hibrida karena berlebihan mengkonsumsi internet.

Generasi Z lahir, tumbuh dan berkembang bersamaan dengan kelahiran teknologi digital. Seperti pendapat Gaidhani dkk²², generasi Z menggunakan teknologi digital sebagai identitas sebab “*they are digital centric and technology is their identity*”. Jika dibaca dari segi usia, generasi Z menurut Andrea dkk²³ dan Tulgan²⁴, merupakan generasi yang lahir antara tahun 1995-2010. Sebab menggunakan teknologi digital sebagai identitas maka jati diri mereka terbentuk melalui ruang-ruang digital. Mereka menjadikan media sosial sebagai ruang ketiga untuk membentuk identitas mereka sendiri. Sebagai kelompok *iGenerasi* mereka mengkonstruksi diri mereka menjadi generasi yang cenderung menjauhi keintiman.

¹⁸ Felix Adrian Dimas Putra, “Karakteristik Generasi Z di Yogyakarta Tahun 2019” (Skripsi S1, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Bidang Keahlian Khusus Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2020), h. 104-105.

¹⁹ Paula Dewanti dan Richardus Eko Indrajit, “The Effect of XYZ Generation Characteristics To E-Commerce C-To-C: A Review,” *Jurnal Ikraith-Informatika* Vol. 2, No. 2, Juli (2018): h. 57.

²⁰ Generasi muda atau Generasi Z ini juga disebut dengan *i-Generation, Gen Tech, Online Generation, Post Millennials, Facebook Generation, Switchers, "always clicking"*. Lihat di Anna Dolot, “The Characteristics of Generation Z,” *E-Mentor* Vol. 2, No. 74 (2018): h. 44-45 <https://doi.org/10.15219/em74.1351>.

²¹ Cathrine Linnes dan Brian Metcalf, “iGeneration And Their Acceptance of Technology,” *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)* Vol. 21, No. 2 (2017): h. 11, <https://doi.org/10.19030/ijmis.v21i2.10073>.

²² Shilpa Gaidhani, Drlokesh Arora, dan Bhuvanesh Kumar Sharma, “Understanding the Attitude of Generation Z Towards Workplace,” *International Journal of Management, Technology and Engineering* Vol. 9, No. 1, Januari (2019): h. 2284.

²³ Andrea Bencsik, Tímea Juhász, dan Gabriella Horváth-Csikós, “Y and Z Generations at Workplaces,” *Journal of Competitiveness* Vol. 6, No. 3, September (2016): h. 29, <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>.

²⁴ Bruce Tulgan, “Meet Generation Z: The Second Generation Within the Giant ‘Millennial’ Cohort,” diakses 21 Maret 2021, <https://grupepsichoterapija.lt/wp-content/uploads/2017/09/Gen-Z-Whitepaper.pdf>.

Mereka, *iGenerasi* lebih suka menyendiri di ruang digital berselancar dan melakukan komunikasi dengan orang lain melalui media sosial. Karakteristik mereka cenderung menolak gaya komunikasi dominan yang mengontrol dan banyak aturan.²⁵ Interaksi sosial *iGenerasi* dibatasi oleh media sosial sebagai media penghubung. Sehingga, mereka merupakan generasi yang disebut sebagai generasi online. Hampir seluruh aktivitas belajarpun mereka saat ini sangat bergantung pada kesediaan internet. Mereka mencari sumber informasi hampir seluruhnya melalui sumber digital. Maka, *iGenerasi* saat ini disebut dengan generasi yang minim batasan (*boundary-less generation*).²⁶

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *iGeneration* merupakan komposisi generasi usia yang lahir antara tahun 1995-2010. Generasi ini kemudian disebut sebagai *new native digital* atau *online generation*. Generasi ini memiliki kepekaan terhadap teknologi internet dibandingkan dengan generasi tua (generasi X dan Y). Sebab, melek teknologi secara langsung, saat ini merekalah yang paling banyak mengkonsumsi internet. Interaksi sosial yang mereka bangun jauh dari keintiman sebab dibatasi oleh media digital. Identitas yang dibentuk merupakan konstruksi yang dinegosiasikan dengan budaya digital. Identitas mereka merupakan negosiasi dengan budaya digital yang membentuk identitas hibrida.

Identitas Pop dan Hibriditas di Ruang Ketiga

Identitas merupakan bagian dari konstruksi diri seorang manusia dalam lingkungan sosialnya. Mengelaborasi gagasan Ahmed²⁷, identitas minoritas misalnya, harus diperjuangkan agar diakui keberadaannya dalam ruang budaya yang diskriminatif. Sepertinya tidak mudah menentukan tentang identitas seseorang sebab mengelaborasi pendapat Demartoto, identitas itu sendiri

²⁵ Lintang Citra Christiani dan Prinisia Nurul Ikasari, "Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa," *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media* Vol. 4, No. 2, Oktober (2020): h. 84.

²⁶ Diyan Nur Rakhmah, "Gen Z Dominan, Apa Maksudnya bagi Pendidikan Kita?," diakses 21 Maret 2021, <https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maksudnya-bagi-pendidikan-kita>.

²⁷ Ahmed melihat terhadap peningkatan kehadiran suara perempuan Muslim di media arus utama Inggris dan media minoritas atau komunitas karena akses yang lebih besar telah memungkinkan mereka untuk menciptakan ruang bagi diri mereka sendiri di media cetak, penyiaran, dan media baru. Dalam menyatukan identitas gender dan agama mereka, mereka menghasilkan wacana baru yang menantang stereotip yang dianut secara luas dan memulai percakapan baru tentang apa artinya menjadi perempuan, Inggris dan Muslim. Dengan menggunakan data wawancara dari lima jurnalis dan contoh wacana media, hasil studi Ahmed menunjukkan artikulasi identitas jender dan religius merupakan bukti tumbuhnya kepercayaan dan keberlangsungan agensi. Lihat di Sameera T Ahmed, "Converging Identities, Emerging Discourses: Muslim Female Voices in British Media," *ESSACHESS :Journal for Communication Studies* Vol. 12, No. 2 (2019): h. 79.

bebas dan dinamis.²⁸ Menurut Smith, identitas tidak berasimilasi atau diubah secara independen, tetapi elemen budaya digabungkan untuk menciptakan budaya hibrida yang baru.²⁹

Berdasarkan dua pendapat ini dapat dipahami bahwa identitas dapat diartikan dengan berbagai cara. Sarjana satu dengan sarjana lainnya memiliki konteks yang berbeda saat mendefinisikan identitas. Namun, kesamaannya yaitu identitas yang dimaksud di sini adalah identitas kaitannya dengan konstruksi sosiokultural. Makna identitas kemudian mengalami perkembangan sejalan dengan perkembangan media massa pop sebagai ruang ketiga pembentukan identitas. Meminjam tesis Fadhal dan Nurhajati³⁰, identitas populer kaum muda bersifat instan, tidak tunggal, sangat luwes, cair dan menjadi suatu pendobrak standar atau versi eksistensi manusia dalam dunia nyata. Sehingga, proses pembentukan identitas pop misalnya melalui instagram bergerak secara dinamis sama seperti perubahan di dunia nyata.³¹

Dalam kehidupan masyarakat, perebutan kekuasaan di benak masyarakat membentuk identitas yang plural sebab dipengaruhi oleh perubahan informasi, sejarah, situasi, dan simbolis yang membangun makna hidup individu.³² Gagasan ini kemudian dapat dibenarkan dengan perkembangan budaya populer yang merupakan konstruksi dari media massa populer. Maka, identitas pop dalam studi ini bukan identitas yang digunakan kegiatan manajemen misalnya kartu tanda elektornik dan lain-lain sesuai gagasan Sadiku dkk.³³ Seperti yang dijelaskan di atas, identitas pop dalam studi ini adalah identitas yang dikonstruksi dalam ruang budaya media. Identitas Pop ini yang melekat dalam diri seseorang sebagai hasil hibridisasi karena mengkonsumsi Budaya Pop.

²⁸ Argyo Demartoto, "The Representation of Hybrid Identity Through Performance and Symbol of Transgender Santri Resistance at Al-Fatah Islamic Boarding School of Yogyakarta, Indonesia," *Society* Vol. 8, No. 1 (2020): h. 155.

²⁹ Keri E. Iyall Smith, "Hibrid Identities: Theoretical Examinations," dalam *Hybrid Identities: Theoretical Examinations*, ed. oleh Keri E. Iyall Smith dan Patricia Leavy (Leiden and Boston: Brill, 2008), h. 1.

³⁰ Soraya Fadhal dan Lestari Nurhajati, "Identifikasi Identitas Kaum Muda di Tengah Media Digital (Studi Aktivitas Kaum Muda Indonesia di YouTube)," *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial* Vol. 1, No. 3, Maret (2012): h. 176.

³¹ Evania R Putri, "Foto Diri, Representasi Identitas dan Masyarakat Tontonan di Media Sosial Instagram," *Jurnal Pemikiran Sosiologi* Vol. 3, No. 1, Januari (2016): h. 80, <https://doi.org/10.22146/jps.v3i1.23528>.

³² Ratna Cahaya Rina Wirawan Putri, "Keuntungan Globalisasi dan Ancaman Homogenisasi," *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual* Vol. 9, No. 1, Juni (2016): h. 7.

³³ Matthew N.O. Sadiku, Adebowale E. Shadare, dan Sarhan M. Musa, "Digital Identity," *IJISET - International Journal of Innovative Science, Engineering & Technology* Vol. 3, No. 12, Desember (2016): h. 196, <https://doi.org/10.4135/9781483346397.n92>.

Identitas Pop dapat mudah terbentuk sebab menurut catatan Supratman, *digital native* menghabiskan 79% waktunya untuk mengakses internet setiap hari.³⁴ Sampai dengan tahun 2018 saja, jumlah angka 171,17 juta penduduk Indonesia atau 64,8 persen hampir seluruhnya pengguna internet aktif. Mereka yang berumur 15 sampai 19 tahun disebut generasi Z sekaligus merupakan jumlah terbesar pengguna internet di Indonesia.³⁵ Tahun 2020 kondisinya tidak berubah, mengutip catatan Ginting³⁶, Alvares³⁷, serta Nisa dkk³⁸ menegaskan bahwa generasi Z paling banyak mengonsumsi internet. Waktu yang digunakan di ruang internet tersebut misalnya sebagai satu cara untuk memperlihatkan eksistensi diri dan pencarian hiburan atau tugas sekolah/kuliah.³⁹

Mengelaborasi gagasan Meijuan dkk⁴⁰ dan Young⁴¹ istilah hibridisasi (*hybridization*) sampai saat ini dapat dikatakan terus berkembang dan menjadi

³⁴ Lucy Pujasari Supratman, "Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native," *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 15, No. 1, Juni (2018): h. 47, <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>.

³⁵ Anindhita Maharrani, "Generasi Z, Pengguna Internet Terbesar di Indonesia," diakses 21 Maret 2021, <https://beritagar.id/artikel/berita/generasi-z-pengguna-internet-terbesar-di-indonesia>.

³⁶ Kristian Ginting, "Nielsen Media Indonesia: Gen Z Konsumen dan Pengguna Internet Terbesar," diakses 22 Maret 2021, <http://www.theconomics.com/millennial/nielsen-media-indonesia-gen-z-konsumen-dan-pengguna-internet-terbesar/>.

³⁷ Alvares Foundation, *20/21 Tahun yang Mengubah Arab Peradaban Manusia* (Jakarta: Alfara Foundation, 2020), h. 6.

³⁸ Fitria Khairum Nisa, Arief Bregas Viratama, dan Nurul Hidayanti, "Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar)," *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* Vol. 4, No. 2 (2020): h. 146, <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i2.8377>.

³⁹ Zingara Hidayat, Asep Saefuddin, dan Sumartono Sumartono, "Motivasi, Kebiasaan, dan Keamanan Penggunaan Internet," *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 13, No. 2, Desember (2017): h. 129, <https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.675>.

⁴⁰ Hibridisasi telah menjadi gagasan yang berubah-ubah karena asosiasinya dengan ide dan tema yang dulunya saling bertentangan tetapi kini menjadi saling melengkapi. Namun, perubahan tersebut tidak bisa dihindari karena tren globalisasi terus melahirkan unsur budaya transnasional baru. Lihat di Zhao Meijuan, Ang Lay Hoon, dan Florence Toh Haw Ching, "Hybridization of the Cultural Identity in Disney's Mulan," *Academic Journal of Interdisciplinary Studies* Vol. 9, No. 5, September (2020): h. 27, <https://doi.org/10.36941/ajis-2020-0083>.

⁴¹ Pada abad kesembilan belas, seperti pada akhir abad dua puluh, hibriditas adalah masalah utama dalam debat budaya. Alasannya berbeda, tetapi tidak sama sekali berbeda. Pertanyaan tersebut pertama kali muncul pada abad kedelapan belas ketika berbagai jenis manusia telah digolongkan sebagai bagian dari kerajaan hewan menurut Skala Hierarki Rantai Besar Makhluk (*The hierarchical scale of the Great Chain of Being*). Lihat di Robert J.C. Young, *Colonial Desire: Hybridity in Theory, Culture and Race* (London and York: Taylor & Francis e-Library, 2005), h. 6.

perdebatan. Sejalan dengan konsep hibriditas yang sejalan dengan perubahan sosial budaya Sampai di sini dapat dipahami bahwa makna hibriditas selalu dinamis. Menurut Tsouroufli, hibriditas dinarasikan sebagai kinerja identitas kontekstual dan relasional dalam menanggapi pertemuan dengan perbedaan dan dibangun dengan emosi kehilangan, kebingungan, ketegangan, dan kekecewaan. Hibriditas mencakup berbagai posisi identitas termasuk menggeser identitas lama, memadukan identitas lokal dan global, dan merekonstruksi identitas lama menjadi identitas baru.⁴²

Jika menilik sejarah, hibriditas sering digunakan dalam wacana pasca-kolonial yang dapat diartikan pertukaran lintas budaya.⁴³ Penggunaan istilah ini telah banyak dikritik, karena biasanya menyiratkan peniadaan dan pengabaian ketidakseimbangan dan ketidaksetaraan hubungan kekuasaan yang dirujuknya. Dengan menekankan terhadap dampak budaya, bahasa dan politik transformatif baik yang terjajah dan penjajah. Kondisi ini kemudian dianggap mereplikasi kebijakan asimilasi dengan sengaja menutupi perbedaan budaya.⁴⁴

Pertanyaan mengenai 'kemurnian' atau 'hibriditas' sampai saat ini menjadi persoalan mendasar dalam penciptaan kebudayaan.⁴⁵ Tidak hanya berhenti di situ, mengenai kebudayaan siapa yang paling asli juga menimbulkan perdebatan yang panjang. Lahirnya media massa pop (baca: media sosial) menambah daftar panjang pertanyaan tersebut. Sampai saat ini pertanyaan tersebut belum terjawab dengan tuntas. Identitas hybrid dalam ruang kebudayaan pop muncul dan menjadi idola dalam masyarakat.⁴⁶ Generasi Z misalnya adalah kelompok yang tidak mempertanyakan tetapi mengosisasikan 'identitas hybrid'. Hasilnya adalah meminjam tesis Richards⁴⁷, Lee⁴⁸, dan

⁴² Maria Tsouroufli, "Hybridity, Identities and Inclusion of International PhD Students in England," *IIPED: Interdisciplinary Perspectives on Equality and Diversity* Vol. 1, No. 1 (2015): h. 1.

⁴³ Amar Acheraiou, *Questioning Hybridity, Postcolonialism and Globalization* (New Jersey: Palgrave Macmillan, 2011), h. 1-20.

⁴⁴ Bill Ashcroft, Gareth Griffiths, dan Helen Tiffin, *Post-Colonial Studies: The key Concepts*, 2 ed. (London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2007), h. 109, <https://doi.org/10.4324/978023777855>.

⁴⁵ Kardi Laksono, Silvia Anggreni Purba, dan Prima Dona Hapsari, "Musik Hip-Hop sebagai Bentuk Hybrid Culture dalam Tinjauan Estetika," *Resital: Jurnal Seni Pertunjukan* Vo. 16, No. 2, Agustus (2015): h. 75, <https://doi.org/10.24821/resital.v16i2.1507>.

⁴⁶ Hibriditas atau pelenturan akan sekat-sekat dalam dimensi ruang, budaya dengan asumsi semacam ambivalensi dan mimikri tidak dapat dihindari lagi. Lahirnya budaya baru yang relatif homogen pun menjadi salah satu konsekuensi. Lihat di Yuliana Rakhmawati, "Hibriditas New Media Komunikasi dan Homogenisasi Budaya," *Jurnal Komunikasi* Vol. 10, No. 2, September (2016): h. 117, <https://doi.org/10.21107/ilkom.v10i2.2516>.

⁴⁷ Dalam studinya Richard mempertanyakan bagaimana identitas etnis terwujud di kalangan kontemporer pemuda India Barat generasi kedua. Richard kemudian berpendapat bahwa identitas etnis pemuda India Barat generasi kedua pasca 1990-an di Brooklyn paling

Ahmed⁴⁹, identitas *hybrid* diterima, dinegosiasikan, dan diekspresikan di ruang ketiga secara offline maupun online.

Ruang ketiga yaitu ruang saat hibriditas dinegosiasikan dan dibentuk kemudian memungkinkan munculnya bentuk identitas lain yang berbeda dengan identitas sebelumnya. Ruang ketiga ini menggantikan sejarah yang menyusunnya, sembari membentuk struktur otoritas baru dan sekaligus menghasilkan inisiatif politik baru.⁵⁰ Menurut Bhabha, interpretasi makna kebudayaan dalam ruang komunikasi bukanlah proses yang sederhana. Maka

baik dicirikan sebagai "identitas campuran". Komunitas diaspora seperti yang dibuat oleh para imigran India Barat di Brooklyn memberikan cita-cita kondisi untuk pengembangan identitas hibrida, perpaduan dua atau lebih budaya yang hidup berdampingan dalam individu tunggal. Lihat di Bedelia Nicola Richards, "Hybrid Identities in the Diaspora: Second-Generation West Indians in Brooklyn," in *Hybrid Identities Theoretical and Empirical Examinations*, ed. oleh Keri E. Iyall Smith dan Patricia Leavy, 14 ed. (Leiden and Boston: Brill, 2008), h. 265-266.

⁴⁸ Studi yang dilakukan oleh Lee untuk mengetahui bagaimana komunitas immigrant muda Korea yang terdiaspora di China dan Amerika Serikat yang membentuk identitas Joseonjok. Dalam ruang lingkup yang terdiaspora, komunitas immigrant ini mengintegrasikan secara selektif aspek budaya Korea dengan budaya rumah mereka untuk menciptakan identitas ketiga. Faktanya, identitas ketiga yang dibentuk berakar pada konteks lokal tetapi tetap terhubung dengan konteks global yang melahirkan identitas Korean Diaspora. Alih-alih melihat identitas Korea hibrida diasporik sebagai rangkaian pengalaman tetap dan monolitik atau campuran sederhana dari dua budaya luar. Dapat dikatakan bahwa ruang ketiga ini penuh dengan ketidakpastian, tepatnya karena ada yang tidak tertulis aturan perilaku untuk menjadi 'anak budaya ketiga'. Sebaliknya, ada klaim yang bersaing tentang keaslian dan normalisasi yang diperebutkan dan diatur oleh struktur otoritas dalam bentuk sekumpulan banyak aktor yang mengklaim "ruang ketiga" ini, dilihat sebagai lokasi di mana identitas ketiga yang dihibridisasi dan diekspresikan. Lihat di Helene K. Lee, "Hybridized Korean Identities: The Making of Korean-Americans and Joseonjok," in *Hybrid Identities Theoretical and Empirical Examinations*, ed. oleh Keri E. Iyall Smith dan Patricia Leavy (Leiden and Boston: Brill, 2008), h. 291-292.

⁴⁹ Ahmed melakukan studi dengan metodologi feminis dan teori hibrida budaya, mengeksplorasi pengalaman wanita Afghanistan-Kanada di Ottawa, Ontario yang mengidentifikasi sebagai generasi kedua. Pendekatan kualitatif menggunakan wawancara mendalam dengan sepuluh generasi kedua Wanita Afghanistan-Kanada mengungkapkan bagaimana para wanita ini terus membangunnya identitas hibrida melalui tindakan selektif dari negosiasi dan perlawanan budaya. Pengalaman ini kemudian memeriksa interaksi transformatif dan dinamis dari menyeimbangkan dua identitas budaya yang bertolak belakang yaitu Afghanistan dan Kanada. Hasil studi ini menjelaskan makna baru di dalam Diaspora Afghanistan seputar peran gender wanita Afghanistan dan integrasi strategis mereka ke dalam masyarakat Kanada. Lihat Saher Malik Ahmed, "In a Constant State of Flux: the Cultural Hybrid Identities of Second-Generation Afghan-Canadian Women" (Thesis Master of Arts, Women and Gender Studies, Faculty of Graduate and Post-Doctoral, Carleton University, Ottawa-Ontario, 2016), h. i.

⁵⁰ Jonathan Rutherford dan Homi K Bhabha, "The Third Space: Interview With Homi Bhabha," in *Identity: Community, Culture, Difference*, ed. oleh Jonathan Rutherford (London: Lawrence & Wishart, 1990), h. 207-210.

pemaknaan membutuhkan ruang ketiga merupakan tempat di mana masyarakat budaya bisa memproduksi makna melalui identitas yang baru.⁵¹ Gagasan Bhabha mengenai ruang ketiga ini kemudian terus digunakan dalam berbagai penelitian misalnya untuk membaca identitas hibrid dalam konteks kebudayaan pop.

Membaca Fenomena Hijrah Pop

Meminjam gagasan Lupton, masyarakat saat ini hidup dalam sosio-digital. Teknologi digital terbaru memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan sehari-hari misalnya hubungan sosial, pemerintahan, perdagangan, ekonomi dan produksi serta penyebaran pengetahuan. Pergerakan orang di luar angkasa, kebiasaan membeli, dan komunikasi online mereka dengan orang lain kini dipantau secara mendetail oleh teknologi digital. Masyarakat semakin menjadi subjek data digital, suka atau tidak suka, harus tetap berada dalam situasi ini.⁵² Era digital ini memungkinkan perubahan secara massif dalam aspek praktik kehidupan manusia misalnya praktik keagamaan. Jika dulu belum ada internet umat beragama melakukan ritual agama di luar jaringan, maka saat ini orang beralih melakukan ritual agama di dunia maya. Hal inilah, menurut beberapa sarjana disebut sebagai aktivitas beragama secara digital.⁵³

Media Pop (dan perangkatnya: Instagram, facebook, YouTube, tik-tok, dll) kemudian membentuk ulang identitas generasi Z yang berbeda dengan identitas sebelumnya. Negosiasi di ruang ketiga ini kemudian dibawa pada praktik yang disebut Hijrah Pop. Fenomena Hijrah Pop ini merupakan istilah yang sebenarnya masih relatif baru dalam kajian media dan budaya (*media and cultural studies*). Kajian media dan budaya memperhatikan bahwa budaya populer dan menjadi kajian yang menarik meskipun banyak sekali perdebatan yang muncul.⁵⁴

⁵¹ Homi K Bhabha, *The Location of Culture* (London and New York: Routledge Classics, 2004), h. 53.

⁵² Deborah Lupton, *Digital Sociology* (London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2015), h.1-3.

⁵³ Habibi Malik, "Cyber Religion dan Real Religion di Tengah Masyarakat Digital," *Jurnal Komunika* 4, No. 1 (2021): 63–78; Hariya Toni et al., "Fenomena Cyber Religion sebagai Ekspresi Keberagamaan di Internet pada Komunitas Shift (Cyber Religion Phenomenon as a Religious Expression on the Internet in the Shift Community)," *Jurnal Dakwah Risalah* 32, No. 1 (2021): 56–74, <https://doi.org/10.24014/jdr.v32i1.11626>; Moch. Fakhruroji, *Islam Digital* (Bandung: Sajjad Publishing, 2011).

⁵⁴ Istilah 'budaya populer' sering dipakai dalam pengertian yang sama dengan istilah 'budaya massa'. Tipe ini meliputi setiap produk budaya yang dihargai oleh sejumlah besar orang kebanyakan tanpa pretensi kepakaran budaya: misalnya, program-program TV, musik pop, film-film untuk pasar-massa seperti Titanic dan serial Star Wars, dan fiksi populer seperti kisah-kisah detektif. Sama dengan istilah 'budaya massa' yang biasanya dipakai dalam makna *peyoratif* (yang menghinakan), demikian juga nasib istilah 'budaya populer'. Sementara sebagian orang mencemooh budaya populer sebagai yang dangkal dan berbahaya, sebagian lagi,

Hijrah digital ini merupakan satu fenomena unik yang dihasilkan dari apa yang disebut fenomena beragama secara digital (*digital religion*). Istilah *digital religion* merupakan kondisi saat ruang dan praktik keagamaan online dan offline telah menjadi terjepit, bercampur, dan kabur ketika masyarakat berusaha mengintegrasikan kehidupan religius mereka dengan penggunaan teknologi dalam berbagai aspek budaya digital.⁵⁵ Secara sosiologis, mengelaborasi tesis Saputra, merujuk pada tipologi artikulasi gerakan sosial baru, gerakan hijrah generasi Z ini lebih tepat diposisikan sebagai gerakan sosial berbasis religiusitas.⁵⁶ Hijrah populer merupakan representasi gerakan sosiologi digital yang terjadi pada generasi Z yang bersifat hibrida tetapi tidak meninggalkan substansi ajaran agama Islam.⁵⁷

Hasil penelusuran online, penulis hampir keseluruhan hijrah dikaitkan dengan generasi millennial. Masih sangat jarang studi yang membahas mengenai fenomena hijrah digital di kalangan generasi Z. Gagasan ini membuka peluang untuk memperbanyak studi mengenai fenomena hijrah digital di kalangan generasi Z. Studi Rastati misalnya memilih fokus terhadap generasi Z karena layak dianggap sebagai generasi internet. Jika generasi Y mengalami masa transisi teknologi hingga menuju internet, sebaliknya generasi Z lahir saat teknologi internet ini sudah mapan.⁵⁸

Fenomena Hijrah Pop dapat dikaitkan dengan populernya artis hijrah (baca: selebgram hijrah) hadapan generasi Z.⁵⁹ Identitas artis hijrah ini sepertinya harus direkonstruksi ulang sebab praktik yang terjadi adalah

termasuk beberapa teoris pasca-modern, berpendapat bahwa tipe ini sama sah dan sama bermaknanya dengan budaya adiluhung. Lihat di Aniek Rahmaniah, *Budaya dan Identitas* (Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya, 2012), h. 4.

⁵⁵ Heidi A. Campbell dan Giulia Evolvi, "Contextualizing Current Digital Religion Research on Emerging Technologies," *Human Behavior and Emerging Technologies* Vol. 2 (2020): h. 5, <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>.

⁵⁶ Sahran Saputra, "Gerakan Hijrah Kaum Muda Muslim di Medan (Studi Kasus Gerakan Komunitas Sahabat Hijrahkuu)" (Tesis S2, Program Studi Sosiologi, Magister Sosial, Sekolah Pascasarjana, Universitas Sumatera Utara, Medan, 2019), h. 103.

⁵⁷ Suci Wahyu Fajriani dan Yogi Suprayogi Sugandi, "Hijrah Islami Milenial Berdasarkan Paradigma Berorientasi Identitas," *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi* Vol. 3, No. 2, Juni (2019): h. 77.

⁵⁸ Ranny Rastati, "Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta," *Kwangan: Jurnal Teknologi Pendidikan* Vol. 06, No. 01, Juni (2018): h. 60.

⁵⁹ Perilaku keagamaan di era *iGeneration* telah menjadi wilayah yang terus mengalami pergeseran. Gobalisasi yang memproduksi modernisasi malahan membentuk masyarakat yang mengalami kebingungan atas identitas keagamaannya. Kebingungan ini kemudian menghasilkan tren baru di kalangan anak muda dan selebriti Indonesia. Kampanye gerakan untuk menjadi pribadi religius yang dilakoni para artis kemudian marak ditemukan di media sosial atau yang juga dikenal dengan seleb hijrah. Lihat di Rahmi Nur Fitri dan Indah Rama Jayanti, "Fenomena Seleb Hijrah: Tendensi Eksklusivisme dan Kemunculan Kelompok Sosial Baru," *Muharrik: Jurnal Dakwah dan Sosial* Vol. 3, No. 01, Januari (2020): h. 2.

komodifikasi agama di ruang ketiga.⁶⁰ Sebab, ada selebgram yang memang tidak berusaha menjadi da'i dan hanya populer sebagai artis dadakan di instagram. Selebgram hijrah ini menampilkan identitas hybrid hasil persilangan identitas. Pembentukan identitas mereka kapan saja bisa berubah karena memang proses hijrah hanya dipengaruhi oleh keriuhan media digital. Sehingga, pada praktiknya Hijrah Pop ini kemudian hanya bersifat budaya populer yang menghilangkan substansi Islam itu sendiri.⁶¹

Hijrah Pop yang merupakan identitas hibrida ini kemudian banyak ditandai dengan berbagai atribut misalnya pemakaian busana syar'i yang modis seperti kerudung dengan berbagai model dan warna, kerudung syar'i, jilbab modis, cadar, peningkatan ibadah, kutipan Islami pada akun media sosial, dan memanjangkan jenggot.⁶² Beberapa atribut ini, cadar dan celana cingkrang khususnya muncul dalam perdebatan sebab dianggap sebagai simbol kelompok radikal. Perdebatan inilah yang kemudian menjadikan generasi Z dan beberapa artis hijrah ini tampil lebih trendi, gaul, dan modis.

Cadar yang dianggap simbol radikal dan tertutup kemudian ditampilkan dengan identitas hibrida. Meskipun menggunakan cadar mereka bisa terbuka dengan modernitas misalnya nongkrong di mall, menonton film di bioskop, dan lain sebagainya. Celana cingkrang yang menjadi simbol identitas Salafi kemudian ditampilkan menjadi hybrid. Celana cingkrang ini populer di media sosial karena dipopulerkan oleh artis hijrah sebut saja Ari Untung, Teeku Wisnu, Mario Irwinskyah, Ricki Harun dll. Seluruh artis hijrah ini memang bekerja sebagai entertain tulen, trend hijrah di media sosial kemudian mengubah identitas mereka.

Selain Instagram, Hijrah Pop generasi Z juga dibentuk oleh media sosial YouTube. Kelebihan YouTube dibandingkan dengan instagram adalah pada

⁶⁰ Hijrah yang dilakukan para artis menjadi komodifikasi baru dengan menjadikan agama sebagai sesuatu yang diperjual-belikan. Selain itu masyarakat menganggap bahwa hijrahnya para artis dimaknai sebagai trend yang baru berkembang, untuk melakukan gimmick di media, cara untuk menaikkan popularitas dan dimaknai sebagai sarana membuat sensasi. Lihat di Afina Amna, "Hijrah Artis Sebagai Komodifikasi Agama," *Jurnal Sosiologi Reflektif* Vol. 13, No. 2, April (2019): h. 332.

⁶¹ Pendapat di atas menyetujui tesis Addni, di tengah kepopuleran hijrah dalam kalangan pemuda muslim dengan keberislamannya, perilaku hijrah sendiri seakan telah kehilangan makna substansi asalnya. Hijrah hanya dipandang sebagai peralihan secara simbolik. Sedangkan Hijrah pada dasarnya bukan hanya penguatan dalam nilai-nilai keagamaan, lebih jauh Hijrah memiliki misi reformasi pada setiap sendi-sendi kehidupan sosial, ekonomi maupun politik. Lihat di Agnia Addini, "Fenomena Gerakan Hijrah di Kalangan Pemuda Muslim Sebagai Mode Sosial," *Journal of Islamic Civilization* Vol. 1, No. 2, Oktober (2019): h. 109.

⁶² H M Taufik dan Amalia Taufik, "Hijrah and Pop Culture: Hijab and Other Muslim Fashions Among Students in Lombok, West Nusa Tenggara," *Teosofia: Indonesian Journal of Islamic Mysticism* Vol. 8, No. 2 (2019): h. 97.

kemudahan dan kecepatan untuk menonton online. Dengan YouTube generasi Z bisa menonton film dan sekaligus mendapatkan materi-materi keislaman berupa video.⁶³ YouTube ini dapat disebut sebagai artefak budaya digital yang bersifat audio visual. Sebab, data video masih dapat disimpan dan diakses kembali oleh orang yang memerlukan. Dengan syarat video belum dihapus oleh manajemen YouTube atau pemilik akun video tersebut. Dulu sebelum ada internet, umat Islam mencari informasi keislaman hanya berdasarkan tayangkan televisi atau membaca koran. Hal ini membuat praktik keislaman menjadi passif sebab umat Islam tidak bisa memproduksi konten.⁶⁴ Saat ini, era digital telah membalikkan kondisi, masyarakat muslim bisa memproduksi konten keislaman sendiri. Selain itu, mereka juga membangun perilaku keislaman melalui ruang-ruang media sosial.

Melalui YouTube, generasi Z misalnya bisa mengaji secara online tanpa dibatasi ruang dan waktu.⁶⁵ Sebagai contoh adalah pengajian online melalui YouTube yang populer dengan Ustadz Salafi Ustadz Syafiq Riza Basalamah dan Ustadz Khalid Basalamah. YouTube saat ini kemudian memberikan kemudahan untuk melakukan siaran secara langsung. Kemudahan inilah yang kemudian semakin menambah munculnya fenomena Hijrah Pop. Tetapi pada praktiknya, keislaman dari hijrah pop, justru menjauhi substansi Islam itu sendiri.

Penulis mulai dengan satu kasus, Rabu tanggal 21 Februari 2018 netizen pengguna instagram dikagetkan dengan perceraian selebgram dan hafidz Al-Qur'an yaitu Taqi Malik dan Salmafina Khairunnisa.⁶⁶ Taqi Malik yang merupakan seorang mahasiswa Universitas Al Azhar ini menikah tanggal 16 September 2017 dengan Salma Fina anak dari Sunan Kalijaga.⁶⁷ Salma Fina dikabarkan memang baru hijrah dan menggunakan jilbab setelah resmi

⁶³ Hatim Gazali, *Islam Untuk Gen-Z Mengajarkan Islam & Mendidik Muslim Generasi Z: Panduan Bagi Guru PAI*, ed. oleh Siti Kholisoh dan Khoirul Anam (Jakarta Pusat: Wahid Foundation, 2019), h.viii.

⁶⁴ Syahrul Hidayanto dan Irwansyah, "Youtube-Vlog: Lahirnya Era User-Generated Content Dan Industri Vlog Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* Vol. 2, No. 1, Oktober (2019): h. 1-2

⁶⁵ Norizah Aripin et al., "YouTube' dan Generasi Muda Islam: Satu Pendekatan Kelompok Fokus dalam Kalangan Pelajar Universiti," *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication* Vol. 32, No. 1 (2016): h. 371, <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2016-3201-18>.

⁶⁶ Yuyun Hikmatul Uyun dan Bobby Wiratama, "Resmi Cerai dengan Taqy Malik, Salma Fina Mengaku Tidak Pernah Merasa Lebih Bahagia dari Hari Ini," diakses 22 Maret 2021, <https://www.tribunnews.com/seleb/2018/02/21/resmi-cerai-dengan-taqy-malik-salma-fina-mengaku-tidak-pernah-merasa-lebih-bahagia-dari-hari-ini>.

⁶⁷ Tinwarotul Fatonah, "Terungkap! Begini Gaya Hidup Salmafina sebelum Berhijab saat Curhat pada Awkarin," diakses 22 Maret 2021, <http://www.tribunnews.com/seleb/2017/12/20/terungkap-begini-gaya-hidup-salmafina-sebelum-berhijab-saat-curhat-pada-awkarin>.

menikah dengan Taqi Malik.⁶⁸ Kehidupan Salma Finan yang Glamour dan hedonis berubah seakan berubah setelah menikah dengan Taqi Malik.⁶⁹ Kehidupan Salma Fina berubah menjadi Islamis setelah menikah dengan Taqi Malik. Tetapi tetap saja, dirinya tidak mudah melepaskan identitas hibridnya.

Taqi Malik menjadi selebgram da'i karena memiliki suara yang indah saat muroja'ah Al-Qur'an.⁷⁰ Da'i selebgram ini merupakan mahasiswa Universitas Al Azhar Kairo Mesir sekaligus penghafal Al-Qur'an yang sampai saat ini masih populer di hadapan generasi Z. Video pendek Taqy Malik saat mengaji atau menjadi imam shalat banyak tersebar di media sosial khususnya Instagram.⁷¹ Menurut kabar, perkenalan Taqy Malik dengan Salmafina berawal dari chatting di media sosial Instagram.⁷² Tidak lama berkenalan, Maliq dan Fina kemudian melakukan taa'ruf kemudian menikah di usia yang sangat muda.

Tetapi usia pernikahan mereka tidak lama, dengan berbagai alasan akhirnya mereka memilih bercerai. Kasus ini membuat heboh jagad media sosial, khususnya para pengguna instagram generasi Z. Mereka menjadi populer dengan komodifikasi takwa, pintar ngaji, hafidz Qur'an, cantik, tampan, muda, dan lain-lain. Fenomena Taqi Malik bagi kalangan generasi Z secara langsung menggeser otoritas ulama misalnya misalnya Quraish Shibab, Nazarudin Umar, dan lain sebagainya. Setelah bercerai dengan Taqi Malik, Salma Fina kemudian melepas jilbabnya. Fina memilih meninggalkan keislamannya dan menurut kabar malahan masuk agama Kristen.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan, keislaman generasi Z dan arti hijrah misalnya selebgram, YouTube, dan Tik-Tok terbentuk secara hibrida. Islam hanya dipahami berdasarkan kontruksi budaya pop yang cepat sekali berubah bahkan hilang digantikan budaya lainnya. Hijrah yang menjadi bagian identitas keislaman generasi Z maupun artis hijrah ini dinegosiasikan, dibentuk, dan

⁶⁸ Eva F Hasan, "Ini Alasan Taqy Malik Pilih Alma jadi Istrinya," diakses 22 Maret 2021, <https://www.islampos.com/ini-alasan-taqy-malik-pilih-alma-jadi-istrinya-51360/>.

⁶⁹ Tiara Shelavie, "Salmafina Sunan Ceritakan Pergaulannya sebelum Berhijab, ini yang Buat Hatinya Tergerak untuk Hijrah," diakses 22 Maret 2021, <http://www.tribunnews.com/seleb/2017/12/20/salmafina-sunan-ceritakan-pergaulannya-sebelum-berhijab-ini-yang-buat-hatinya-tergerak-untuk-hijrah>.

⁷⁰ Lihat misalnya rekaman pembacaan Al-Qur'an oleh Taqi Malik di <https://www.YouTube.com/watch?v=RDdDq6y86ig>

⁷¹ Lihat misalnya rekaman pembacaan Al-Qur'an oleh Taqi Malik di <https://www.YouTube.com/watch?v=dSEl2WWKFAA>

⁷² Aisha Shaidra, "Salmafina Ceritakan Awal Pertemuannya dengan Taqy Malik," diakses 22 Maret 2021, <https://seleb.tempo.co/read/1043688/salmafina-ceritakan-awal-pertemuannya-dengan-taqy-malik/full&view=ok>.

diekspresikan di ruang ketiga yaitu media sosial. Pada ruang ketiga ini, semua aspek identitas saling menegosiasi sekaligus saling memperebutkan. Maka kemudian terbentuklah identitas hibrida yang justru sebenarnya mengalami satu kebingungan. Generasi Z dan artis hijrah ini belum memahami identitas mana yang menjadi miliknya. Keislaman mereka sebenarnya juga didorong oleh globalisasi budaya dan ekonomi global. Identitas hibrida keislaman generasi Z ini tidak akan populer tanpa dorongan globalisasi budaya dan kekuatan ekonomi global.

Identitas pop generasi Z muslim merupakan hasil negosiasi antara identitas lokal dengan media populer. Identitas Pop hibrid ini dapat disebut dengan identitas anonim sebab dikonstruksi dalam ruang media populer. Identitas ini selalu bebas dan dinamis bergerak mengikuti arah perubahan media massa populer. Misalnya generasi Z muslim banyak menggunakan Instagram, YouTube, atau Tik-Tok maka identitas keislaman yang terbentuk dikonstruksi berdasarkan tiga media tersebut. Instagram, YouTube, atau Tik-Tok inilah yang kemudian disebut sebagai ruang ketiga tempat identitas dinegosiasikan, dibentuk, dan diekspresikan. Kesimpulannya adalah identitas hibrida keislaman generasi Z merupakan hasil negosiasi di ruang ketiga (baca: media massa populer) antara Islam dan budaya populer. Identitas Hijrah Pop merupakan identitas hibrida hasil persilangan antara Islam budaya populer. Identitas hibrida generasi Z dan fenomena Hijrah Pop dinegosiasikan, dibentuk, dan diekspresikan melalui ruang ketiga (*the third space*).

Rekomendasi Penelitian

Seluruh gagasan di atas merupakan gagasan awal berdasarkan studi pustaka yang sifatnya masih subjektif. Konsep-konsep yang diajukan masih sebatas hipotesa awal yang dibangun oleh penulis. Beberapa contoh kasus pada latarbelakang juga masih terbatas dan perlu diperdalam. Berdasarkan permasalahan ini maka rekomendasi yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian terkait hijrah generasi millennial harus ditinggalkan kemudian meneliti untuk membangun teori hijrah pop generasi Z/Net Generation, bahkan ke depan kita akan masuk pada bahasan Generasi Alpha.
2. Perlu melakukan penelitian lebih lanjut untuk membangun teori budaya hibrida hasil konstruksi media baru (YouTube, facebook, Instagram, Tik-Tok, dll).
3. Perlu melakukan penelitian untuk membangun teori identitas pop hibrida hasil negosiasi dengan media baru.
4. Perlu melakukan penelitian untuk membangun teori baru ruang keempat (*the fourth space*) sebagai ruang identitas dinegosiasikan, dibentuk, dan diekspresikan. Teori ruang ketiga gagasan Homi K. Bhabha dibangun saat media baru belum lahir. Teori ruang ketiga Homi K. Bhabha ini memiliki

konteks sosio kultural berbeda dengan sosiokultural saat media baru ini sudah sedemikian berkembang.

REFERENSI

- Acheraïou, Amar. *Questioning Hybridity, Postcolonialism and Globalitation*. New Jersey: Palgrave Macmillan, 2011.
- Addini, Agnia. “Fenomena Gerakan Hijrah di Kalangan Pemuda Muslim Sebagai Mode Sosial.” *Journal of Islamic Civilization* Vol. 1, no. 2, Oktober (2019): 109–18.
- Adeni. “Institusi Televisi Keislaman: Studi atas Rodja TV sebagai Media Islam Salafi.” Tesis S2, Konsentrasi Dakwah dan Komunikasi, Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016. <http://repository.uinjkt.ac.id>.
- Ahmed, Saher Malik. “In a Constant State of Flux: the Cultural Hybrid Identities of Second-Generation Afghan-Canadian Women.” Thesis Master of Arts, Women and Gender Studies, Faculty of Graduate and Post-Doctoral, Carleton University, Ottawa-Ontario, 2016.
- Ahmed, Sameera T. “Converging Identities, Emerging Discourses: Muslim Female Voices in British Media.” *ESSACHESS: Journal for Communication Studies* Vol. 12, no. 2 (2019).
- Alvara Foundation. *20/21 Tahun yang Mengubah Arab Peradaban Manusia*. Jakarta: Alvara Foundation, 2020.
- Amna, Afina. “Hijrah Artis Sebagai Komodifikasi Agama.” *Jurnal Sosiologi Reflektif* Vol. 13, no. 2, April (2019).
- Aripin, Norizah, Awan Ismail, Mohd Sobhi Ishak, Nik Adzrieman Abdul Rahman, Mohd Nizho Abdul Rahman, Mot Madon, dan Mohd Faisal Mustaffa. “‘Youtube’ dan Generasi Muda Islam: Satu Pendekatan Kelompok Fokus dalam Kalangan Pelajar Universiti.” *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication* Vol. 32, no. 1 (2016). <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2016-3201-18>.
- Ashcroft, Bill, Gareth Griffiths, dan Helen Tiffin. *Post-Colonial Studies: The key Concepts*. 2 ed. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2007. <https://doi.org/10.4324/978023777855>.
- Bakti, Andi Faisal, dan Venny Eka Meidasari. “Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam.” *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 04, no. 1, Juni (2014): 1–25. <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/35/29>.
- Bakti, Andi Faisal. “The Role of Islamic Media in The Globalization Era: Between Religious Principles and Values of Globalization the Challenges dan Opportunities.” In *The 2nd International Confrence of Islamic Media*. Jakarta, 2011.

- Bencsik, Andrea, Tímea Juhász, dan Gabriella Horváth-Csikós. "Y and Z Generations at Workplaces." *Journal of Competitiveness* Vol. 6, no. 3, September (2016). <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>.
- Bhabha, Homi K. *The Location of Culture*. London and New York: Routledge Classics, 2004.
- Campbell, Heidi A., dan Giulia Evolvi. "Contextualizing current digital religion research on emerging technologies." *Human Behavior and Emerging Technologies* Vol. 2 (2020). <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>.
- Christiani, Lintang Citra, dan Prinisia Nurul Ikasari. "Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa." *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media* Vol. 4, no. 2, Oktober (2020).
- CNN Indonesia. "Salafi ala Basalamah dan Hijrah Kaum Muda Takut Dosa." Diakses 21 Maret 2021. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190521133253-20-396867/salafi-ala-basalamah-dan-hijrah-kaum-muda-takut-dosa>.
- Darlington, Yvonne, dan Dorothy Scott. *Qualitative Research in Practice: Stories From the Field*. Australia: Allen & Unwin, 2002.
- Demartoto, Argyo. "The Representation of Hybrid Identity Through Performance and Symbol of Transgender Santri Resistance at Al-Fatah Islamic Boarding School of Yogyakarta, Indonesia." *Society* Vol. 8, no. 1 (2020): 147–62. <https://media.neliti.com/media/publications/319987-the-representation-of-hybrid-identity-th-1090241d.pdf>.
- Denzin, Norman K., dan Yvonna S. Lincoln. *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Diedit oleh Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln. 5 ed. Singapore: SAGE Publications, 2019. <https://doi.org/10.1007/s11229-017-1319-x>.
- Dewanti, Paula, dan Richardus Eko Indrajit. "The Effect of XYZ Generation Characteristics To E-Commerce C-To-C: A Review." *Jurnal Ikraith-Informatika* Vol. 2, no. 2, Juli (2018).
- Dolot, Anna. "The Characteristics of Generation Z." *E-Mentor* Vol. 2, no. 74 (2018). <https://doi.org/10.15219/em74.1351>.
- Dwidienawati, Diena, dan Dyah Gandasari. "Understanding Indonesia's Generation Z." *International Journal of Engineering and Technology* Vol. 7, no. 3.25 (2018). <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.25.17556>.
- Evolvi, Giulia. "Hybrid Muslim Identities in Digital Space: The Italian blog Yalla." *Social Compass* Vol. 64, no. 2 (2017): 1–13. <https://doi.org/10.1177/0037768617697911>.
- Fadhal, Soraya, dan Lestari Nurhajati. "Identifikasi Identitas Kaum Muda di Tengah Media Digital (Studi Aktivitas Kaum Muda Indonesia di Youtube)." *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial* Vol. 1, no. 3, Maret (2012).

- Fajriani, Suci Wahyu, dan Yogi Suprayogi Sugandi. "Hijrah Islami Milenial Berdasarkan Paradigma Berorientasi Identitas." *SosioGlobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi* Vol. 3, no. 2, Juni (2019).
- Fatonah, Tinwarotul. "Terungkap! Begini Gaya Hidup Salmafina sebelum Berhijab saat Curhat pada Awkarin." Diakses 22 Maret 2021. <http://www.tribunnews.com/seleb/2017/12/20/terungkap-begini-gaya-hidup-salmafina-sebelum-berhijab-saat-curhat-pada-awkarin>.
- Fitri, Rahmi Nur, dan Indah Rama Jayanti. "Fenomena Seleb Hijrah: Tendensi Eksklusivisme dan Kemunculan Kelompok Sosial Baru." *Mubarrik: Jurnal Dakwah dan Sosial* Vol. 3, no. 01, Januari (2020).
- Gaidhani, Shilpa, Drlokesh Arora, dan Bhuvanesh Kumar Sharma. "Understanding the Attitude of Generation Z Towards Workplace." *International Journal of Management, Technology and Engineering* Vol. 9, no. 1, Januari (2019).
- Gazali, Hatim. *Islam Untuk Gen-Z Mengajarkan Islam & Mendidik Muslim Generasi Z: Panduan Bagi Guru PAI*. Diedit oleh Siti Kholisoh dan Khoirul Anam. Jakarta Pusat: Wahid Foundation, 2019.
- Ginting, Kristian. "Nielsen Media Indonesia: Gen Z Konsumen dan Pengguna Internet Terbesar." Diakses 22 Maret 2021. <http://www.theconomics.com/millennial/nielsen-media-indonesia-gen-z-konsumen-dan-pengguna-internet-terbesar/>.
- Hasan, Eva F. "Ini Alasan Taqy Malik Pilih Alma jadi Istrinya." Diakses 22 Maret 2021. <https://www.islampos.com/ini-alasan-taqy-malik-pilih-alma-jadi-istrinya-51360/>.
- Hidayat, Zinggara, Asep Saefuddin, dan Sumartono Sumartono. "Motivasi, Kebiasaan, dan Keamanan Penggunaan Internet." *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 13, no. 2, Desember (2017). <https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.675>.
- Hijriah. "Di Balik Hijab: Interaksi Antara Ikhwan dan Akhwat Anggota Wahdah Islamiyah." *Jurnal Emik* Vol. 3, no. 2, Desember (2020). <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.684>.
- Juliani, Reni. "Stigmatisasi Mahasiswa Tentang Maraknya Mahasiswa Bercadar di Kampus." *Jurnal Community* Vol. 4, no. 1, April (2018): 90–104.
- Laksono, Kardi, Silvia Anggreni Purba, dan Prima Dona Hapsari. "Musik Hip-Hop sebagai Bentuk Hybrid Culture dalam Tinjauan Estetika." *Resital: Jurnal Seni Pertunjukan* Vo. 16, no. 2, Agustus (2015). <https://doi.org/10.24821/resital.v16i2.1507>.
- Lee, Helene K. "Hybridized Korean Identities: The Making of Korean-Americans and Joseonjok." In *Hybrid Identities Theoretical and Empirical Examinations*, diedit oleh Keri E. Iyall Smith dan Patricia Leavy. Leiden and Boston: Brill, 2008.
- Linnes, Cathrine, dan Brian Metcalf. "iGeneration And Their Acceptance of

- Technology.” *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)* Vol. 21, no. 2 (2017).
<https://doi.org/10.19030/ijmis.v21i2.10073>.
- Lupton, Deborah. *Digital Sociology*. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2015.
- Maharrani, Anindhita. “Generasi Z, Pengguna Internet Terbesar di Indonesia.” Diakses 21 Maret 2021.
<https://beritagar.id/artikel/berita/generasi-z-pengguna-internet-terbesar-di-indonesia>.
- Meijuan, Zhao, Ang Lay Hoon, dan Florence Toh Haw Ching. “Hybridization of the Cultural Identity in Disney’s Mulan.” *Academic Journal of Interdisciplinary Studies* Vol. 9, no. 5, September (2020).
<https://doi.org/10.36941/ajis-2020-0083>.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis: A Methods Source Book*. 3 ed. London and New York: SAGE Publications, 2014.
- Mohsi, M. (2019). Langghar, Kophung Dan Bhaqaf Konservasi Kebudayaan Khazanah Keislaman Madura. *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan*, 14(1), 14-20.
- Nisa, Fitria Khairum, Arief Bregas Viratama, dan Nurul Hidayanti. “Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar).” *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* Vol. 4, no. 2 (2020).
<https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i2.8377>.
- Putra, Felix Adrian Dimas. “Karakteristik Generasi Z di Yogyakarta Tahun 2019.” Skripsi S1, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Bidang Keahlian Khusus Pendidikan Ekonommi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Unversitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2020.
- Putri, Evania R. “Foto Diri, Representasi Identitas dan Masyarakat Tontonan di Media Sosial Instagram.” *Jurnal Pemikiran Sosiologi* Vol. 3, no. 1, Januari (2016). <https://doi.org/10.22146/jps.v3i1.23528>.
- Putri, Ratna Cahaya Rina Wirawan. “Keuntungan Globalisasi Dan Ancaman Homogenisasi.” *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual* Vol. 9, no. 1, Juni (2016).
- Qolbi, Putri. “Bermula Dari Tiktok, Ustaz Syam Persunting Jihan Ghazali.” Diakses 23 Maret 2021. <https://www.insertlive.com/hot-gossip/20210313200302-7-198327/bermula-dari-tiktok-ustaz-syam-persunting-jihan-ghazali>.
- Rahayu, Wiga. “Profil Wanita Bercadar (Studi Kasus Wanita Salafi di

- Kelurahan Tangkareng Timur Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru).” *Jom Fisip* Vol.3, no. 1, Februari (2016).
- Rahmaniah, Aniek. *Budaya dan Identitas*. Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya, 2012.
- Rakhmah, Diyan Nur. “Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?” Diakses 21 Maret 2021. <https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>.
- Rakhmawati, Yuliana. “Hibriditas New Media Komunikasi dan Homogenisasi Budaya.” *Jurnal Komunikasi* Vol. 10, no. 2, September (2016). <https://doi.org/10.21107/ilkom.v10i2.2516>.
- Rastati, Ranny. “Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta.” *Kwangsan: Jurnal Teknologi Pendidikan* Vol. 06, no. 01, Juni (2018).
- Richards, Bedelia Nicola. “Hybrid Identities in the Diaspora: Second-Generation West Indians in Brooklyn.” In *Hybrid Identities Theoretical and Empirical Examinations*, diedit oleh Keri E. Iyall Smith dan Patricia Leavy, 14 ed. Leiden and Boston: Brill, 2008.
- Romario. “Generasi Z, Media Sosial, dan Pencarian Agama: Studi Terhadap Tiga Sekolah Menengah Atas di Yogyakarta.” Tesis S2, Konsentrasi Psikologi Pendidikan Islam, Studi Interdisciplinary Islamic Studies, Sekolah Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2019.
- Rutherford, Jonathan, dan Homi Bhabha. “The Third Space: Interview With Homi Bhabha.” In *Identity: Cummunity, Culture, Difference*, diedit oleh Jonathan Rutherford. London: Lawrence & Wishart, 1990.
- Sadiku, Matthew N.O., Adebowale E. Shadare, dan Sarhan M. Musa. “Digital Identity.” *IJISET - International Journal of Innovative Science, Engineering & Technology* Vol. 3, no. 12, Desember (2016). <https://doi.org/10.4135/9781483346397.n92>.
- Saputra, Rangga Eka. *Convey Report: Sikap dan Perilaku Keberagamaan Guru dan Dosen Pendidikan Agama Islam. Convey Report*. Vol. Vol. 1. Jakarta: PPIM UIN Jakarta, 2018.
- Saputra, Sahran. “Gerakan Hijrah Kaum Muda Muslim di Medan (Studi Kasus Gerakan Komunitas Sahabat Hijrahkuu).” Tesis S2, Program Studi Sosiologi, Magister Sosial, Sekolah Pascasarjana, Universitas Sumatera Utara, Medan, 2019. <https://doi.org/10.24114/jupis.v12i1.15009>.
- Shaidra, Aisha. “Salmafina Ceritakan Awal Pertemuannya dengan Taqy Malik.” Diakses 22 Maret 2021. <https://seleb.tempo.co/read/1043688/salmafina-ceritakan-awal-pertemuannya-dengan-taqy-malik/full&view=ok>.
- Shelavie, Tiara. “Salmafina Sunan Ceritakan Pergaulannya sebelum Berhijab, ini yang Buat Hatinya Tergerak untuk Hijrah.” Diakses 22 Maret 2021.

- <http://www.tribunnews.com/seleb/2017/12/20/salmafina-sunan-ceritakan-pergaulannya-sebelum-berhijab-ini-yang-buat-hatinya-tergerak-untuk-hijrah>.
- Smith, Keri E. Iyall. "Hibrid Identities: Theoretical Examinations." In *Hybrid Identities: Theoretical Examinations*, diedit oleh Keri E. Iyall Smith dan Patricia Leavy. Leiden and Boston: Brill, 2008.
- Supratman, Lucy Pujasari. "Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native." *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 15, no. 1, Juni (2018). <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>.
- Syafiq Riza Basalamah Official. "Official Channel Ustadz Syafiq Basalamah." Diakses 22 Maret 2021. <https://www.youtube.com/c/SyafiqRizaBasalamahOfficial/videos>.
- Taufik, H M, dan Amalia Taufik. "Hijrah and Pop Culture: Hijab and Other Muslim Fashions Among Students in Lombok, West Nusa Tenggara." *Teosofia: Indonesian Journal of Islamic Mysticism* Vol. 8, no. 2 (2019).
- Triantoro, Dony Arung, Eko Saputra, dan Tri Wahyuni. "Mengelola Hibridasi Identitas Anak Muda Islam: Studi Pada Lembaga Teras Dakwah Di Yogyakarta." *Jurnal Manajemen Dakwah* Vol. 5, no. 2, Juli-Desember (2019). <https://doi.org/10.14421/jmd.2019.52-01>.
- Tsouroufli, Maria. "Hybridity, Identities and Inclusion of International PhD Students in England." *IIPED: Interdisciplinary Perspectives on Equality and Diversity in University* Vol. 1, no. 1 (2015).
- Tulgan, Bruce. "Meet Generation Z: The Second Generation Within the Giant 'Millennial' Cohort." Diakses 21 Maret 2021. <https://grupepsichoterapija.lt/wp-content/uploads/2017/09/Gen-Z-Whitepaper.pdf>.
- Uyun, Yuyun Hikmatul, dan Bobby Wiratama. "Resmi Cerai dengan Taqy Malik, Salma Fina Mengaku Tidak Pernah Merasa Lebih Bahagia dari Hari Ini." Diakses 22 Maret 2021. <https://www.tribunnews.com/seleb/2018/02/21/resmi-cerai-dengan-taqy-malik-salma-fina-mengaku-tidak-pernah-merasa-lebih-bahagia-dari-hari-ini>.
- Young, Robert J.C. *Colonial Desire: Hybridity in Theory, Culture and Race*. London and York: Taylor & Francis e-Library, 2005. [https://doi.org/10.1016/0743-0167\(96\)82240-6](https://doi.org/10.1016/0743-0167(96)82240-6).
- Zahara, M.N., D. Wlidan, dan S. Komariah. "Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial di Era Digital." *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development* Vol. 2, no. 1, Juni (2020).

