

Analisis Hermeneutika terhadap Fenomena Hijrah Digital sebagai Gerakan Dakwah Kontemporer dalam Perspektif Komunikasi Islam

Gatut Setiadi

Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang

gatutxxx@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya praktik hijrah digital di media sosial yang tidak hanya merepresentasikan perubahan spiritual individual, tetapi juga membentuk konstruksi baru dalam komunikasi Islam kontemporer. Permasalahan utama penelitian adalah bagaimana makna hijrah digital dikonstruksi, ditafsirkan, dan direproduksi dalam ruang media sosial melalui perspektif hermeneutika. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi makna hijrah digital serta memahami proses pembentukan makna tersebut dalam perspektif komunikasi Islam menggunakan pendekatan hermeneutika Hans-Georg Gadamer. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan library research. Data diperoleh dari berbagai literatur ilmiah berupa artikel jurnal, buku, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan dakwah digital, hijrah digital, serta komunikasi Islam. Analisis data dilakukan menggunakan teori hermeneutika Gadamer yang menekankan pada historisitas pemahaman, prasangka (*pre-understanding*), dan *fusion of horizons*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hijrah digital merupakan bentuk transformasi makna keagamaan yang bersifat dinamis dan kontekstual. Makna hijrah tidak lagi terbatas pada perubahan spiritual individual, tetapi berkembang menjadi konstruksi identitas religius yang ditampilkan secara sosial di media digital. Selain itu, terjadi pergeseran otoritas keagamaan dari ulama tradisional menuju influencer dan kreator konten dakwah, serta munculnya komodifikasi makna keagamaan dalam ekosistem media sosial. Dengan demikian, hijrah digital merupakan hasil interaksi antara teks dakwah, teknologi media sosial, dan partisipasi aktif pengguna yang menghasilkan makna keagamaan yang terbuka, partisipatif, dan terus direinterpretasi dalam ruang komunikasi Islam kontemporer.

Kata kunci: Hijrah Digital, Hermeneutika Gadamer, Komunikasi Islam, Dakwah Digital, Media Sosial.

Abstract. This study is motivated by the phenomenon of the increasing practice of digital hijrah on social media, which not only represents individual spiritual transformation but also shapes new constructions in contemporary Islamic communication. The main research question is how the meaning of digital hijrah is constructed, interpreted, and reproduced in social media spaces from a hermeneutic perspective. This study aims to analyze the transformation of the meaning of digital hijrah and to understand the process of meaning formation within the context of Islamic communication using Hans-Georg Gadamer's hermeneutic approach. The research method employed is qualitative, utilizing a library research approach. Data were obtained from various scholarly sources, including journal articles, books, and previous research relevant to digital da'wah, digital hijrah, and Islamic communication. Data analysis was conducted using Gadamer's hermeneutic theory, which emphasizes the historicity of understanding, pre-understanding, and the fusion of horizons.

The results of the study indicate that digital hijrah is a form of religious meaning transformation that is dynamic and contextual. The meaning of hijrah is no longer limited to individual spiritual change but has evolved into a construction of religious identity that is socially displayed on digital media. In addition, there has been a shift in religious authority from traditional ulama to influencers and creators of religious content, as well as the emergence of the commodification of religious meaning within the social media ecosystem. Thus, the digital hijrah is the result of the interaction between religious texts, social media technology, and active user participation, which produces religious meanings that are open, participatory, and constantly reinterpreted within the sphere of contemporary Islamic communication.

Keywords: *Digital Hijrah, Gadamer's Hermeneutics, Islamic Communication, Digital Da'wah, Social Media.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam praktik keberagamaan umat Islam. Kehadiran media digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan berbagai platform media sosial platform video, podcast, dan lainnya telah menciptakan ruang baru bagi penyebaran pesan-pesan keislaman. Dakwah yang sebelumnya dilakukan secara konvensional melalui majelis taklim, masjid, dan lembaga pendidikan kini berkembang ke ruang digital yang memungkinkan akses informasi keagamaan secara lebih luas, cepat, dan interaktif. Dalam konteks ini, muncul fenomena yang dikenal sebagai *hijrah digital*, yaitu proses transformasi perubahan perilaku, pemahaman, dan praktik keagamaan seseorang yang didapatkan dengan cara berinteraksi dengan konten-konten Islam di media digital dan komunitas daring. Istilah ini merujuk pada proses "berhijrah" menuju kehidupan yang dianggap lebih Islami dan lebih baik dari kehidupan sebelumnya.

Fenomena hijrah digital menunjukkan bahwa media tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas keagamaan. Melalui berbagai konten dakwah yang tersedia, individu memperoleh referensi keagamaan baru yang kemudian memengaruhi cara berpikir, berperilaku, dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, hijrah digital menjadi salah satu fenomena penting dalam kajian komunikasi Islam kontemporer.

Fenomena hijrah digital semakin terlihat terutama di kalangan generasi muda yang menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi dan pembelajaran agama. Berbagai konten dakwah yang disampaikan oleh dai, influencer Muslim, maupun komunitas keagamaan

memperoleh respons yang tinggi dari masyarakat. Melalui media digital, konsep hijrah tidak hanya dipahami sebagai perubahan spiritual, tetapi juga sebagai identitas sosial yang diekspresikan melalui gaya hidup, pola komunikasi, dan aktivitas daring. Namun demikian, fenomena ini juga memunculkan berbagai persoalan. Kemudahan akses terhadap informasi agama sering kali tidak diimbangi dengan kemampuan kritis dalam memahami pesan keagamaan yang diterima. Beragamnya interpretasi ajaran Islam yang beredar di media digital berpotensi menimbulkan perbedaan pemahaman bahkan polarisasi di kalangan pengguna. Selain itu, terdapat kecenderungan penyederhanaan makna hijrah menjadi sekadar perubahan simbolik yang ditampilkan di media sosial, sehingga nilai-nilai substantif yang terkandung dalam konsep hijrah berisiko tereduksi.

Penelitian mengenai hijrah digital menjadi penting karena fenomena ini terus berkembang dan memengaruhi cara masyarakat muslim memahami serta menjalankan ajaran agama. Kajian terhadap hijrah digital tidak hanya diperlukan untuk memahami transformasi dakwah di era digital, tetapi juga untuk mengidentifikasi bagaimana makna hijrah dibentuk, dipahami, dan dipraktikkan oleh masyarakat melalui media digital. Dalam perspektif komunikasi Islam, pemahaman terhadap fenomena hijrah digital dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi dakwah yang lebih efektif, moderat, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat kontemporer. Selain itu, penelitian ini juga penting untuk mengkaji sejauh mana media digital berperan dalam membentuk konstruksi makna keagamaan serta implikasinya terhadap perkembangan dakwah Islam di era teknologi informasi.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji fenomena hijrah dan dakwah digital dari berbagai perspektif. Rosa Lini dkk. menemukan bahwa media sosial berperan penting dalam membentuk tren hijrah dan menjadi sarana dakwah yang efektif bagi generasi muda.¹ Sementara itu, Hilalludin menunjukkan bahwa fenomena hijrah digital telah mengubah cara anak muda mengonstruksi dan menampilkan identitas keagamaannya melalui media sosial.² Penelitian Zahara dkk. juga mengungkap bahwa komunitas hijrah yang berkembang melalui

¹ Rosa Lini, Bashori, dan Martin Kustati, "Pengaruh Media Sosial dalam Membentuk Tren Hijrah sebagai Sarana Dakwah Keagamaan," *Journal of Da'wah* 4, no. 2 (2025): 76–90, <https://doi.org/10.32939/jd.v4i2.6186>

² Hilalludin, "Anak Muda, Media Sosial, dan Agama yang Cair: Fenomenologi Hijrah Digital di Indonesia," *Al-Bayan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 5, no. 1 (2025): 40–54, <https://doi.org/10.35964/albayan.v5i1.403>.

platform digital berfungsi sebagai ruang pencarian identitas religius bagi Muslim milenial.³ Selain itu, Akbar dan Supratama menjelaskan bahwa influencer digital berperan sebagai agen sosialisasi nilai-nilai Islam yang memengaruhi pemahaman dan perilaku keberagamaan Generasi Z.⁴ Adapun Rofidah dan Muhid menegaskan bahwa media digital berkontribusi terhadap pembentukan identitas keagamaan yang semakin dinamis di kalangan generasi muda Muslim.⁵ Dari penelitian-penelitian tersebut terlihat bahwa kajian yang ada masih berfokus pada media dakwah, komunitas hijrah, identitas keagamaan, dan peran influencer digital. Belum banyak penelitian yang secara khusus menganalisis makna hijrah digital melalui pendekatan hermeneutika dalam perspektif komunikasi Islam, sehingga aspek penafsiran makna hijrah yang berkembang di ruang digital masih memerlukan kajian lebih mendalam.

Berdasarkan telaah terhadap penelitian terdahulu, ditemukan bahwa kajian mengenai hijrah digital umumnya menitikberatkan pada aspek penggunaan media digital, efektivitas dakwah, pembentukan komunitas hijrah, dan perubahan perilaku keagamaan. Namun, masih sedikit penelitian yang berupaya memahami secara mendalam bagaimana makna hijrah dikonstruksi dan ditafsirkan oleh pengguna media digital melalui pendekatan hermeneutika. Selain itu, penelitian yang mengintegrasikan pendekatan hermeneutika dengan perspektif komunikasi Islam dalam menganalisis fenomena hijrah digital masih jarang ditemukan. Padahal, pendekatan hermeneutika memungkinkan peneliti untuk mengungkap makna-makna yang tersembunyi di balik berbagai narasi hijrah yang berkembang di ruang digital. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji fenomena hijrah digital sebagai proses pemaknaan keagamaan dalam konteks komunikasi Islam.

Penelitian ini difokuskan pada analisis hermeneutika terhadap fenomena hijrah digital yang berkembang di media sosial sebagai ruang dakwah kontemporer. Kajian diarahkan pada bagaimana makna hijrah dikonstruksi, dipahami, dan disebarluaskan melalui berbagai konten dakwah digital.

Adapun batasan penelitian ini mencakup:

³ Mila Nabila Zahara, Dadan Wildan, dan Siti Komariah, "Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas untuk Muslim Milenial di Era Digital," dalam kajian gerakan hijrah dan identitas Muslim milenial (2020).

⁴ Abdi Hariawan Akbar dan Riky Supratama, "Proses Sosialisasi Nilai Islam Melalui Influencer Digital: Studi Kualitatif pada Generasi Z" (2025).

⁵ Lailatur Rofidah dan Abdul Muhid, "Media dan Hibrid Identitas Keagamaan di Era Digital," Jurnal Dakwah dan Komunikasi (2023).

1. Fenomena hijrah digital yang muncul pada platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube.
2. Narasi hijrah yang disampaikan melalui konten dakwah digital.
3. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan hermeneutika dalam perspektif komunikasi Islam.
4. Penelitian tidak membahas aspek psikologis atau hukum Islam secara mendalam, melainkan berfokus pada aspek pemaknaan dan komunikasi dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis fenomena hijrah digital sebagai bentuk dakwah kontemporer di era media digital.
2. Mengkaji konstruksi makna hijrah yang berkembang dalam berbagai konten dakwah digital.
3. Menafsirkan fenomena hijrah digital melalui pendekatan hermeneutika dalam perspektif komunikasi Islam.
4. Menjelaskan implikasi fenomena hijrah digital terhadap perkembangan komunikasi dan dakwah Islam di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*). Penelitian kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami dan menafsirkan makna yang terkandung dalam fenomena hijrah digital sebagai realitas sosial-keagamaan yang berkembang di era media digital. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan hermeneutika, yaitu pendekatan yang berupaya memahami, menafsirkan, dan mengungkap makna yang terkandung dalam berbagai teks, wacana, dan narasi mengenai hijrah digital dalam perspektif komunikasi Islam. Melalui pendekatan hermeneutika, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena hijrah digital, tetapi juga menginterpretasikan makna yang dibangun dan diproduksi melalui berbagai literatur, artikel ilmiah, buku, serta dokumen yang relevan dengan tema penelitian.

Penelitian ini tidak dilakukan pada lokasi fisik tertentu karena menggunakan metode studi kepustakaan. Lokus penelitian berada pada berbagai sumber literatur yang membahas fenomena hijrah digital, dakwah digital, media sosial, dan komunikasi Islam. Sumber data

diperoleh dari jurnal ilmiah nasional dan internasional, buku akademik, prosiding, serta dokumen ilmiah yang relevan.

Objek penelitian ini adalah fenomena hijrah digital yang dikonstruksikan dan direpresentasikan dalam berbagai literatur ilmiah serta wacana akademik mengenai dakwah digital dan komunikasi Islam. Sementara itu, subjek penelitian berupa dokumen-dokumen tertulis yang terdiri atas artikel jurnal, buku, hasil penelitian, prosiding seminar, dan sumber akademik lainnya yang membahas hijrah digital, media sosial, dakwah digital, dan komunikasi Islam.

Dalam penelitian kepustakaan, populasi diartikan sebagai seluruh sumber literatur yang berkaitan dengan fenomena hijrah digital dan komunikasi Islam. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sumber pustaka berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan keterkaitannya dengan fokus penelitian. Sampel penelitian terdiri atas 25–35 sumber pustaka yang memenuhi kriteria akademik, meliputi:

1. 15–20 artikel jurnal ilmiah nasional dan internasional yang membahas hijrah digital, dakwah digital, media sosial, dan komunikasi Islam.
2. 5–8 buku ilmiah yang membahas teori hermeneutika, komunikasi Islam, dan dakwah kontemporer.
3. 3–5 prosiding, laporan penelitian, atau dokumen akademik lainnya yang relevan dengan tema penelitian.

Kriteria pemilihan sumber meliputi:

1. Memiliki keterkaitan langsung dengan fenomena hijrah digital dan komunikasi Islam.
2. Diterbitkan dalam kurun waktu 2019–2026 untuk memperoleh data yang aktual dan relevan.
3. Berasal dari jurnal terakreditasi nasional atau jurnal internasional bereputasi.
4. Memiliki validitas akademik dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.
5. Memuat konsep, teori, atau hasil penelitian yang mendukung analisis hermeneutika terhadap fenomena hijrah digital.

Dari keseluruhan sumber yang digunakan, minimal 80% merupakan artikel jurnal ilmiah primer, sedangkan sisanya berupa buku dan dokumen pendukung lainnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan menelusuri dan mengumpulkan berbagai sumber pustaka yang relevan dengan tema penelitian. Langkah-langkah pengumpulan data meliputi:

1. Identifikasi dan penelusuran literatur yang berkaitan dengan hijrah digital, dakwah digital, komunikasi Islam, dan hermeneutika.
2. Seleksi sumber berdasarkan relevansi dan kualitas akademik.
3. Pembacaan secara mendalam terhadap sumber yang telah dipilih.
4. Pencatatan data, konsep, teori, dan temuan penelitian yang mendukung fokus kajian.
5. Klasifikasi data berdasarkan tema-tema penelitian.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model analisis data kualitatif yang meliputi:

1. Reduksi Data

Peneliti menyeleksi, memfokuskan, dan mengorganisasikan berbagai informasi yang diperoleh dari sumber pustaka sesuai dengan fokus penelitian.

2. Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk narasi, kategorisasi tema, dan pemetaan konsep yang berkaitan dengan fenomena hijrah digital.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap ini dilakukan dengan menginterpretasikan data melalui pendekatan hermeneutika untuk menemukan makna, pesan, dan pemahaman yang terkandung dalam fenomena hijrah digital dari perspektif komunikasi Islam. Dalam proses interpretasi, peneliti menggunakan lingkaran hermeneutika (*hermeneutic circle*), yaitu memahami bagian-bagian teks berdasarkan keseluruhan konteks dan memahami keseluruhan berdasarkan bagian-bagiannya sehingga diperoleh pemaknaan yang komprehensif.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti (*human instrument*), yang berperan dalam menentukan fokus penelitian, mengumpulkan data, menyeleksi sumber, melakukan interpretasi, serta menarik kesimpulan.

Untuk mendukung proses penelitian, digunakan instrumen bantu berupa:

1. Pedoman dokumentasi.
2. Lembar pencatatan data (*note-taking sheet*).
3. Matriks analisis literatur.
4. Aplikasi pengelola referensi seperti Mendeley atau Zotero untuk mengorganisasi sumber pustaka dan sitasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diperoleh melalui kajian kepustakaan (*library research*) terhadap berbagai literatur yang relevan dengan fenomena hijrah digital dalam perspektif komunikasi Islam. Data yang dianalisis berasal dari artikel jurnal ilmiah, buku, dan hasil penelitian terdahulu yang membahas dakwah digital, media sosial, serta pembentukan identitas keagamaan di ruang digital. Melalui pendekatan hermeneutika, khususnya perspektif Hans-Georg Gadamer, hasil penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fakta-fakta empiris dalam literatur, tetapi juga menafsirkan makna yang terkandung di balik wacana hijrah digital. Dengan demikian, temuan penelitian ini berfokus pada konstruksi makna hijrah digital yang berkembang dalam diskursus akademik dan praktik komunikasi Islam di era media sosial.

1. Hermeneutika Hans-Georg Gadamer

Penelitian ini menggunakan pendekatan hermeneutika Hans-Georg Gadamer yang menekankan pada historisitas pemahaman, prasangka, dan *fusion of horizons* dalam proses penafsiran makna hijrah digital. Selain itu, pendekatan Paul Ricoeur digunakan sebagai pendukung untuk memahami otonomi teks dan pluralitas makna dalam konten dakwah digital. Kedua pendekatan tersebut dipadukan dengan perspektif komunikasi Islam untuk memahami bagaimana makna hijrah dikonstruksi dalam ruang media sosial.

Konsep Kunci Gadamer:

1. Historisitas Pemahaman (*Historicity of Understanding*)
 - Makna tidak berdiri sendiri, tetapi selalu dipengaruhi oleh sejarah dan konteks sosial penafsir.
 - Dalam konteks hijrah digital, makna hijrah dipengaruhi oleh perkembangan media sosial dan budaya digital.
2. Prasangka (Pre-understanding / Vorurteil)
 - Setiap pembaca atau peneliti membawa “kerangka awal pemahaman” ketika menafsirkan suatu fenomena.
 - Dalam hijrah digital, audiens sudah memiliki pemahaman awal tentang “hijrah” sebelum mengonsumsi konten dakwah.
3. Fusion of Horizons (Penggabungan Horison)
 - Makna muncul dari pertemuan antara “horison teks” (konten dakwah digital) dan “horison pembaca” (pengguna media sosial).

- Hijrah digital dipahami melalui interaksi antara pesan dakwah dan interpretasi audiens.
4. Lingkaran Hermeneutik (Hermeneutic Circle)
- Pemahaman bagian (konten dakwah tertentu) hanya bisa dipahami melalui keseluruhan konteks (fenomena hijrah digital), dan sebaliknya.

Tabel 1

Interpretasi Hermeneutik Teori Hans-Georg Gadamer

No	Sumber (Tahun & Link)	Kutipan/Te muan Utama	Historisitas Pemahaman	Prasangka (Pre-understanding)	Fusion of Horizons (Interpretasi Makna)
1	Saefullah et al. (2026) https://ejournal.uins aizu.ac.id/index.php /komunika/article/v iew/13082	Dakwah digital bersifat dialogis, interaktif, dan partisipatif	Era digital mengubah pola dakwah dari satu arah menjadi dua arah	Dakwah dipahami sebagai komunikasi top-down (tradisional)	Hijrah digital dimaknai sebagai proses komunikasi partisipatif antara dai dan audiens
2	Harahap & Adeni (2025) https://journal1.uins sc.ac.id/index.php/or asi/article/view/224 38	Dakwah Instagram memanfaatkan visual dan algoritma	Perkembangan media sosial sebagai ruang publik baru Islam	Dakwah hanya berbasis ceramah lisan di masjid	Hijrah digital adalah konstruksi pesan religius berbasis visual dan algoritma
3	Fadilah & Putri (2025) https://jurnal.ut.ac.id /index.php/communi catio/article/view/1 3342	Dakwah di Instagram Reels relevan dengan Gen Z	Budaya visual dan short-video menjadi dominan	Gen Z dianggap pasif sebagai penerima pesan dakwah	Hijrah digital menjadi konsumsi dan produksi konten religius secara aktif
4	Safitri & Romli (2025) https://journal.uinsg d.ac.id/index.php/tab ligh/article/view/49 773	Influencer menggunakan retorika emosional dalam dakwah digital	Perubahan strategi dakwah berbasis preferensi audiens	Dakwah dianggap bersifat rasional-doktrinal	Hijrah digital dipahami sebagai pengalaman emosional dan identitas sosial
5	Hermawan et al. (2025) https://www.researc hgate.net/publication /397905008	Narasi hijrah viral melalui TikTok influencer	Media sosial mempercepat viralitas narasi agama	Hijrah hanya dipahami sebagai perubahan spiritual individual	Hijrah digital adalah narasi viral yang membentuk identitas kolektif Muslim muda

6	Saefulloh et al. (2026) https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/komunika/article/view/13082	Tantangan dakwah digital: algoritma & misinformasi	Algoritma mengubah distribusi pesan agama	Media sosial dianggap netral	Hijrah digital dipengaruhi algoritma yang membentuk persepsi keagamaan
7	Uriawan et al. (2025) https://arxiv.org/abs/2512.17646	TikTok & Instagram memiliki pola engagement berbeda dalam dakwah	Ekosistem platform digital membentuk cara konsumsi agama	Dakwah dianggap sama di semua platform	Hijrah digital terbentuk berbeda sesuai karakter platform (awareness vs komunitas)

Tabel 2

Interpretasi Hermeneutik Hijrah Digital

No	Sumber Literatur	Temuan Utama	Kode Tematik	Interpretasi Hermeneutik
1	(Griya Jurnal UIN Purwokerto)	Dakwah digital bersifat dialogis dan partisipatif, tidak lagi satu arah	Interaktivitas Dakwah Digital	Hijrah digital membentuk komunikasi dua arah antara dai dan audiens, sehingga makna hijrah dikonstruksi bersama dalam ruang media sosial
2	(Journal Abdurrauf Institute)	Komunitas hijrah membangun ekosistem dakwah melalui personal branding dan narasi emosional	Ekosistem Komunitas Hijrah	Hijrah tidak hanya spiritual, tetapi juga sosial dan strategis melalui pengemasan identitas religius di ruang digital
3	(Sinergi International Journal)	Gen Z tidak hanya menjadi audiens tetapi juga produsen konten dakwah	Partisipasi Gen Z	Makna hijrah bergeser menjadi praktik aktif produksi pesan keagamaan, bukan sekadar penerimaan

4	(Journal Unesa)	Influencer digital membentuk preferensi, sikap, dan interpretasi agama	Otoritas Digital	Otoritas keagamaan bergeser dari ulama tradisional ke influencer sebagai mediator makna hijrah
5	(Jurnal STIAYAPPI Makassar)	Hijrah digital mengubah gaya hidup religius melalui media sosial	Transformasi Gaya Hidup	Hijrah dimaknai sebagai perubahan identitas simbolik yang ditampilkan secara publik di media sosial
6	(Jurnal UIA)	Dakwah digital efektif menjangkau Gen Z melalui TikTok, Instagram, YouTube	Efektivitas Media Dakwah	Media sosial menjadi ruang utama internalisasi nilai hijrah pada generasi muda
7	(Journal IAID Lampung)	Influencer menjadi agen sosialisasi nilai Islam bagi Gen Z	Sosialisasi Nilai Islam	Hijrah digital dipahami sebagai proses komunikasi nilai, bukan hanya perubahan spiritual individual

Fenomena Hijrah Digital dalam Literatur Komunikasi Islam

Hasil penelusuran berbagai literatur menunjukkan bahwa hijrah digital merupakan fenomena keberagaman kontemporer yang lahir dari interaksi antara agama dan media sosial. Hijrah tidak lagi hanya dipahami sebagai perpindahan fisik atau perubahan spiritual secara individual, tetapi telah mengalami perluasan makna menjadi proses transformasi identitas keagamaan yang dimediasi oleh teknologi digital.

Dalam berbagai artikel ilmiah, hijrah digital banyak direpresentasikan melalui aktivitas generasi muda Muslim yang mengakses konten dakwah melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang produksi makna keagamaan yang baru. Dari berbagai literatur yang dianalisis, ditemukan bahwa hijrah digital sering ditandai dengan perubahan perilaku, simbolik, dan gaya hidup religius yang ditampilkan secara publik di ruang digital.

Makna Hijrah Digital dalam Perspektif Hermeneutika Komunikasi Islam

Hasil analisis hermeneutika terhadap berbagai teks dan wacana menunjukkan bahwa makna hijrah digital bersifat dinamis dan tidak tunggal. Terdapat tiga lapisan makna yang dapat diidentifikasi:

1. makna literal, yaitu hijrah sebagai perubahan perilaku menuju kehidupan yang lebih religious;
2. makna kontekstual, yaitu hijrah sebagai proses adaptasi keberagaman di era digital yang dipengaruhi oleh media sosial;
3. makna reflektif, yaitu hijrah sebagai konstruksi identitas keagamaan yang dibentuk melalui interaksi sosial, algoritma media, dan otoritas digital para dai/influencer;

Dalam perspektif komunikasi Islam, hijrah digital bukan hanya proses internalisasi nilai agama, tetapi juga proses komunikasi simbolik yang melibatkan produksi, distribusi, dan konsumsi pesan keislaman dalam ruang digital.

Proses Konstruksi Makna Hijrah Digital di Media Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna hijrah digital dikonstruksi melalui beberapa mekanisme utama:

1. Produksi konten dakwah digital, yang dilakukan oleh dai, influencer Muslim, dan komunitas hijrah.
2. Interaksi pengguna, seperti komentar, likes, share, dan diskusi yang memperkuat makna hijrah secara sosial.
3. Algoritma media sosial, yang memperkuat eksposur konten keagamaan tertentu sehingga membentuk arus wacana hijrah yang dominan.
4. Repetisi simbol keagamaan, seperti busana Muslim, kutipan ayat, dan narasi hijrah yang terus direproduksi di ruang digital.

Melalui proses tersebut, hijrah digital tidak hanya menjadi wacana keagamaan, tetapi juga menjadi praktik komunikasi yang membentuk realitas sosial baru di kalangan Muslim digital.

Implikasi Hijrah Digital terhadap Dakwah dan Komunikasi Islam

Hasil analisis menunjukkan bahwa fenomena hijrah digital memiliki implikasi signifikan terhadap perkembangan dakwah Islam, antara lain:

- Dakwah menjadi lebih terbuka, cepat, dan mudah diakses oleh masyarakat luas.

- Terjadi pergeseran otoritas keagamaan dari lembaga tradisional ke dai dan influencer digital.
- Munculnya demokratisasi pengetahuan agama, di mana setiap individu dapat menjadi produsen konten dakwah.
- Namun, juga muncul tantangan berupa fragmentasi pemahaman agama dan potensi penyederhanaan makna hijrah.

PEMBAHASAN

Historisitas Pemahaman

Berdasarkan data tabel, terlihat bahwa setiap sumber literatur menunjukkan adanya perubahan konteks sejarah komunikasi Islam. Pada fase awal (dakwah konvensional), hijrah dipahami sebagai perubahan spiritual individual yang berlangsung dalam ruang privat dan otoritatif. Namun, seiring hadirnya media digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, terjadi transformasi struktur komunikasi dakwah menjadi lebih terbuka, cepat, dan berbasis visual.

Historisitas ini menunjukkan bahwa makna hijrah tidak lahir dalam ruang kosong, tetapi selalu terkait dengan perkembangan zaman. Era digital menghadirkan “realitas baru” berupa budaya visual dan algoritmik yang membentuk cara masyarakat memahami agama. Misalnya, dalam tabel terlihat bahwa dakwah kini bersifat interaktif dan partisipatif, yang sebelumnya tidak dominan dalam model komunikasi tradisional. Ini menandakan bahwa perubahan media komunikasi secara langsung memengaruhi cara hijrah dipahami dan dipraktikkan. Historisitas Pemahaman makna hijrah digital tidak dapat dipisahkan dari perkembangan historis media komunikasi yang terus mengalami transformasi dari waktu ke waktu. Pada fase awal, dakwah dan pemahaman hijrah banyak berlangsung secara konvensional melalui ceramah langsung di masjid, majelis taklim, atau lembaga pendidikan keagamaan, di mana interaksi bersifat terbatas dan berlangsung secara tatap muka. Namun, seiring perkembangan teknologi informasi, terjadi pergeseran signifikan menuju ruang digital melalui platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan berbagai media sosial lainnya.

Perubahan medium komunikasi ini tidak hanya mengubah cara penyampaian pesan dakwah, tetapi juga turut mengubah cara masyarakat memahami konsep hijrah itu sendiri. Hijrah tidak lagi dipahami semata sebagai proses internal-spiritual yang berlangsung dalam ruang privat, melainkan juga sebagai fenomena sosial yang ditampilkan dan dikonstruksi

dalam ruang publik digital. Dengan demikian, pemaknaan hijrah menjadi lebih dinamis dan terbuka terhadap berbagai interpretasi.

Selain itu, perkembangan era visual dan algoritmik turut menjadi faktor penting dalam membentuk cara baru memahami agama. Visualisasi pesan dakwah melalui konten video pendek, infografis, dan narasi emosional membuat pesan keagamaan lebih mudah diterima oleh generasi digital. Di sisi lain, algoritma media sosial berperan dalam menentukan konten apa yang sering muncul di hadapan pengguna, sehingga secara tidak langsung memengaruhi pola konsumsi dan pemahaman keagamaan. Kombinasi antara visual culture dan algorithmic culture ini menjadikan hijrah digital sebagai fenomena yang tidak hanya bersifat teologis, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh logika teknologi komunikasi modern.

Prasangka (Pre-understanding)

Literatur menunjukkan bahwa terdapat prasangka awal dalam kajian dakwah dan komunikasi Islam konvensional yang memandang hijrah sebagai proses perubahan spiritual yang bersifat individual. Dalam perspektif ini, hijrah dipahami sebagai transformasi internal seorang Muslim dari kondisi yang kurang baik menuju kondisi yang lebih religius, yang sepenuhnya terjadi dalam ranah personal antara individu dengan Tuhannya. Proses ini tidak banyak dikaitkan dengan dimensi sosial maupun media, karena fokus utama terletak pada aspek kesalehan pribadi.

Prasangka kedua yang ditemukan dalam literatur adalah pandangan bahwa dakwah bersifat satu arah dan otoritatif. Dakwah dipahami sebagai proses penyampaian pesan keagamaan dari dai sebagai pemegang otoritas pengetahuan agama kepada individu atau kelompok yang menerima, mendengarkan, dan diharapkan merespons pesan-pesan Islam (mad'u). Model komunikasi ini cenderung bersifat top-down, sebab kebenaran pesan dianggap telah baku dan tidak banyak ruang bagi interpretasi balik dari audiens. Dalam konteks ini, media diposisikan hanya sebagai alat penyampai pesan, bukan sebagai ruang produksi makna.

Prasangka ketiga adalah anggapan bahwa audiens dalam aktivitas dakwah merupakan penerima pesan yang pasif. Audiens diposisikan sebagai objek dakwah yang hanya menerima, mendengar, dan mengikuti pesan tanpa memiliki peran aktif dalam menafsirkan atau mengonstruksi makna. Pola ini mencerminkan model komunikasi linier yang tidak memberikan ruang bagi partisipasi, negosiasi makna, maupun interaksi dua arah.

Namun, dalam konteks perkembangan media digital, khususnya media sosial, ketiga prasangka tersebut mengalami pergeseran yang signifikan. Pertama, hijrah tidak lagi dipahami semata-mata sebagai perubahan spiritual individual, tetapi juga sebagai identitas sosial yang dikonstruksi dan ditampilkan dalam ruang publik digital. Hijrah menjadi bagian dari representasi diri (*self-representation*) yang terlihat melalui unggahan konten religius, simbol keislaman, gaya hidup, hingga interaksi dalam komunitas daring. Dengan demikian, hijrah tidak hanya bersifat internal, tetapi juga memiliki dimensi sosial-komunikatif yang kuat.

Kedua, dakwah tidak lagi berlangsung dalam pola satu arah, tetapi berkembang menjadi komunikasi interaktif yang melibatkan partisipasi aktif dari berbagai pihak. Media sosial memungkinkan terjadinya dialog antara dai dan audiens melalui komentar, diskusi, serta penyebaran ulang konten dakwah. Bahkan, audiens dapat memberikan respons langsung yang turut memengaruhi arah dan bentuk pesan dakwah itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah dalam ruang digital bersifat lebih dinamis dan terbuka.

Ketiga, audiens tidak lagi dapat diposisikan sebagai penerima pasif, melainkan telah berubah menjadi produsen makna (*prosumer*). Dalam konteks ini, pengguna media sosial tidak hanya mengonsumsi konten dakwah, tetapi juga ikut memproduksi, mengedit, menafsirkan, dan menyebarkan pesan keagamaan sesuai dengan pemahaman mereka. Proses ini memperlihatkan adanya demokratisasi produksi makna, di mana setiap individu memiliki peluang untuk berkontribusi dalam pembentukan wacana keagamaan.

Dengan demikian, pergeseran prasangka ini menunjukkan bahwa makna hijrah, dakwah, dan peran audiens tidak bersifat tetap, tetapi selalu mengalami reinterpretasi sesuai dengan konteks sosial dan perkembangan teknologi komunikasi. Dalam perspektif hermeneutika Gadamer, perubahan ini merupakan hasil dari pertemuan antara horison teks tradisional dan horison realitas digital yang melahirkan pemahaman baru tentang praktik komunikasi Islam kontemporer.

3. Fusion of Horizons (Penggabungan Makna)

Pertemuan antara teks literatur (yang merepresentasikan pemikiran-pemikiran akademik tentang dakwah, hijrah, dan media digital) dengan konteks penelitian (realitas komunikasi Islam di ruang media sosial) menghasilkan pemahaman baru bahwa hijrah digital tidak lagi dapat dipahami secara sederhana sebagai perubahan spiritual individual semata. Sebaliknya, hijrah digital merupakan proses komunikasi yang bersifat partisipatif, di mana

setiap individu tidak hanya menjadi penerima pesan dakwah, tetapi juga turut terlibat dalam produksi, distribusi, dan interpretasi makna keagamaan melalui interaksi di media sosial. Selain itu, hijrah digital juga dipahami sebagai konstruksi identitas religius yang dibentuk dan dinegosiasikan dalam ruang digital. Identitas keagamaan tidak lagi bersifat statis atau hanya ditentukan oleh otoritas keagamaan formal, tetapi dibangun melalui ekspresi diri, unggahan konten religius, simbol-simbol keislaman, serta keterlibatan dalam komunitas daring. Dengan demikian, media sosial menjadi ruang penting dalam pembentukan identitas Muslim kontemporer.

Lebih lanjut, hijrah digital merupakan produk interaksi kompleks antara manusia, teknologi, dan algoritma. Manusia sebagai pengguna aktif berinteraksi dengan platform digital, sementara algoritma media sosial turut menentukan jenis konten keagamaan yang muncul dan tersebar luas. Hal ini menunjukkan bahwa proses pemaknaan hijrah tidak hanya bersifat sosial, tetapi juga dipengaruhi oleh sistem teknologi yang bekerja di balik layar. Pada akhirnya, fenomena hijrah digital juga memiliki karakteristik yang bersifat emosional, visual, dan viral. Konten-konten dakwah sering kali dikemas dengan pendekatan emosional untuk membangun kedekatan dengan audiens, disajikan secara visual untuk menarik perhatian, serta berpotensi menjadi viral melalui mekanisme berbagi di media sosial. Kondisi ini memperlihatkan bahwa hijrah digital tidak hanya berlangsung dalam ranah kognitif dan spiritual, tetapi juga dalam ranah estetika dan algoritmik yang sangat dipengaruhi oleh dinamika media digital modern.

1. Hijrah Digital sebagai Transformasi Makna Keagamaan

Berdasarkan hasil penelitian, hijrah digital dapat dipahami sebagai bentuk transformasi makna keagamaan yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan historis teknologi komunikasi. Dalam perspektif hermeneutika Hans-Georg Gadamer, makna tidak pernah bersifat tetap atau final, melainkan selalu berada dalam proses becoming (menjadi) yang dipengaruhi oleh konteks sejarah, budaya, dan medium komunikasi yang digunakan. Dalam hal ini, perkembangan media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok telah menggeser ruang dakwah dari model konvensional yang bersifat tatap muka menuju ruang digital yang lebih terbuka, cepat, dan partisipatif.

Transformasi ini menunjukkan bahwa hijrah tidak lagi dipahami semata sebagai perubahan spiritual individual yang berlangsung dalam ruang privat, tetapi juga sebagai fenomena sosial yang dikonstruksi secara publik melalui representasi digital. Teks-teks

keagamaan dan pesan dakwah tidak lagi berdiri sebagai entitas yang otonom dan final, melainkan mengalami proses reinterpretasi terus-menerus oleh audiens digital yang aktif berinteraksi dengan konten tersebut. Hal ini sejalan dengan konsep *historisitas pemahaman*, di mana setiap pemaknaan selalu dipengaruhi oleh konteks zaman, dalam hal ini era digital yang ditandai dengan budaya visual, algoritmik, dan partisipatif. Selain itu, dalam konteks prasangka (*pre-understanding*), audiens pada awalnya memahami hijrah sebagai proses perubahan moral dan spiritual yang bersifat individual. Namun, prasangka ini mengalami pergeseran ketika berhadapan dengan realitas media sosial, di mana hijrah juga ditampilkan sebagai identitas sosial yang dikomunikasikan melalui simbol-simbol visual, narasi digital, dan keterlibatan dalam komunitas daring. Dengan demikian, prasangka awal tidak hilang, tetapi mengalami modifikasi dan perluasan makna.

Pada akhirnya, hijrah digital dapat dipahami sebagai hasil *fusion of horizons* (penggabungan horizon) antara teks dakwah (pesan keagamaan), konteks media sosial (sebagai ruang produksi dan distribusi pesan), dan pembaca atau pengguna (sebagai subjek aktif penafsir makna). Interaksi ketiganya melahirkan makna baru hijrah yang lebih kompleks, yaitu tidak hanya sebagai transformasi spiritual, tetapi juga sebagai proses komunikasi, konstruksi identitas, serta fenomena sosial yang bersifat emosional, visual, dan viral dalam ruang digital. Dengan demikian, hijrah digital merupakan produk dinamis dari dialog hermeneutik antara tradisi keagamaan dan realitas komunikasi modern.

2. Hermeneutika dan Konstruksi Realitas Hijrah Digital

Pendekatan hermeneutika menunjukkan bahwa makna hijrah digital tidak terbentuk secara langsung dan tunggal, melainkan melalui proses interpretasi yang berlapis dan terus berkembang. Dalam perspektif Hans-Georg Gadamer, pemahaman selalu bersifat historis dan tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial serta pengalaman subjek penafsir. Oleh karena itu, makna hijrah digital tidak hanya ditentukan oleh teks dakwah yang disampaikan, tetapi juga oleh konteks media sosial serta horizon pemahaman audiens yang terus berubah.

Dalam proses ini, pengguna media sosial tidak dapat diposisikan sebagai penerima pesan yang pasif, sebagaimana diasumsikan dalam model komunikasi linier tradisional. Sebaliknya, mereka berperan sebagai subjek aktif yang melakukan proses interpretasi berdasarkan prasangka awal (*pre-understanding*) yang dimiliki. Prasangka tersebut kemudian berinteraksi dengan pesan dakwah digital yang mereka konsumsi, sehingga menghasilkan pemaknaan baru yang bersifat kontekstual. Audiens tidak hanya menafsirkan, tetapi juga mengadaptasi dan

mereproduksi makna hijrah melalui berbagai bentuk partisipasi digital seperti komentar, unggahan ulang, pembuatan konten, hingga pembentukan komunitas daring.

Proses ini menunjukkan adanya dinamika hermeneutik berupa *fusion of horizons*, yaitu pertemuan antara horizon teks (pesan dakwah dan narasi hijrah yang disampaikan oleh dai atau influencer) dengan horizon pembaca (pengalaman, nilai, dan konteks sosial pengguna media sosial). Dari pertemuan tersebut lahir pemahaman baru tentang hijrah yang tidak bersifat tunggal, melainkan plural, cair, dan terus dinegosiasikan dalam ruang digital.

Dalam konteks komunikasi Islam, fenomena ini memperlihatkan bahwa dakwah tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga bersifat performatif, yaitu mampu membentuk realitas sosial dan identitas keagamaan masyarakat. Melalui interaksi digital, hijrah tidak hanya menjadi konsep normatif, tetapi juga menjadi praktik sosial yang hidup dalam keseharian pengguna media sosial.

Dengan demikian, makna hijrah digital merupakan hasil konstruksi kolektif yang lahir dari interaksi kompleks antara teks dakwah, teknologi media sosial, algoritma platform, dan partisipasi aktif pengguna. Realitas hijrah digital tidak bersifat objektif dan final, tetapi selalu terbuka terhadap penafsiran ulang sesuai dengan perkembangan konteks sosial dan teknologi komunikasi yang melingkupinya.

3. Pergeseran Otoritas Keagamaan dalam Era Digital

Temuan penelitian menunjukkan adanya pergeseran signifikan dalam struktur otoritas keagamaan di era digital. Dalam konteks tradisional, otoritas keagamaan cenderung berada pada ulama, kiai, atau lembaga keislaman formal yang memiliki legitimasi keilmuan melalui sanad keilmuan, pendidikan agama yang panjang, serta pengakuan sosial dalam masyarakat Muslim. Namun, dalam era digital, struktur otoritas tersebut mengalami dislokasi akibat hadirnya media sosial sebagai ruang baru produksi dan distribusi pengetahuan keagamaan.

Dalam perspektif hermeneutika Hans-Georg Gadamer, perubahan ini dapat dipahami sebagai bagian dari historisitas pemahaman, yaitu bahwa makna dan otoritas tidak bersifat tetap, melainkan selalu berubah mengikuti konteks sejarah dan medium komunikasi yang digunakan. Kehadiran platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok menciptakan ruang baru di mana otoritas tidak lagi semata-mata ditentukan oleh institusi formal, tetapi juga oleh tingkat visibilitas, popularitas, dan kemampuan dalam mengemas pesan dakwah secara menarik di ruang digital.

Dalam konteks prasangka (*pre-understanding*), masyarakat sebelumnya cenderung menganggap bahwa validitas pengetahuan agama hanya dapat diperoleh melalui ulama atau lembaga resmi keagamaan. Namun, prasangka ini mengalami pergeseran ketika pengguna media sosial mulai membangun kepercayaan kepada influencer Muslim atau kreator konten dakwah yang dianggap lebih dekat, komunikatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran sumber legitimasi dari otoritas berbasis keilmuan formal menuju otoritas berbasis kedekatan emosional dan daya tarik komunikasi digital. Selanjutnya, dalam kerangka *fusion of horizons*, terjadi pertemuan antara horizon otoritas tradisional (ulama dan lembaga keagamaan) dengan horizon baru yang dibentuk oleh media sosial (influencer, algoritma, dan komunitas digital). Dari pertemuan ini lahir bentuk otoritas keagamaan yang lebih cair dan terdistribusi dalam jaringan (*networked religion*), di mana pengetahuan agama tidak lagi dimonopoli oleh satu pusat otoritas, melainkan tersebar dalam berbagai aktor komunikasi digital.

Dalam perspektif komunikasi Islam, perubahan ini menandai transformasi dari model komunikasi keagamaan yang bersifat hierarkis menjadi model jaringan yang lebih horizontal dan partisipatif. Di satu sisi, kondisi ini memberikan dampak positif berupa meningkatnya aksesibilitas dakwah dan perluasan jangkauan pesan Islam kepada masyarakat luas. Namun di sisi lain, pergeseran ini juga menghadirkan tantangan serius, terutama terkait validitas keilmuan, kedalaman pemahaman agama, serta risiko fragmentasi otoritas yang dapat memunculkan berbagai interpretasi keagamaan yang tidak terkontrol.

Dengan demikian, pergeseran otoritas keagamaan dalam era digital tidak hanya merupakan perubahan struktural dalam komunikasi Islam, tetapi juga merupakan proses hermeneutik yang menunjukkan bagaimana makna otoritas keagamaan terus dinegosiasikan dan direkonstruksi dalam ruang media sosial yang dinamis.

4. Hijrah Digital dan Komodifikasi Makna Keagamaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena hijrah digital tidak dapat dilepaskan dari logika kerja media sosial yang berorientasi pada perhatian (*attention economy*) dan nilai komersial. Dalam ekosistem digital, konten dakwah dan narasi hijrah sering kali tidak hanya diproduksi untuk tujuan penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga dikemas secara strategis agar menarik perhatian audiens, meningkatkan interaksi (*engagement*), serta membuka peluang monetisasi melalui iklan, endorsement, maupun kerja sama dengan berbagai platform digital. Dalam perspektif hermeneutika Gadamer, fenomena ini tetap dapat dipahami sebagai

bagian dari historisitas pemahaman, di mana makna keagamaan selalu terbentuk dalam konteks sosial dan teknologi tertentu. Perkembangan media sosial dengan algoritma berbasis popularitas menyebabkan pesan-pesan hijrah mengalami seleksi dan penonjolan berdasarkan daya tarik visual, emosional, dan viralitas, bukan semata-mata pada kedalaman substansi keagamaannya. Dengan demikian, makna hijrah tidak lagi berdiri secara murni dalam ruang spiritual, tetapi turut terhubung dengan struktur ekonomi dan teknologi digital yang melingkupinya.

Dalam konteks prasangka (*pre-understanding*), terdapat asumsi awal bahwa dakwah dan hijrah merupakan aktivitas yang sepenuhnya bersifat ikhlas dan tidak berorientasi pada kepentingan material. Namun, prasangka ini mengalami pergeseran ketika realitas media sosial memperlihatkan bahwa produksi konten dakwah juga melibatkan strategi komunikasi digital yang terkait dengan branding, monetisasi, dan peningkatan popularitas. Hal ini tidak serta-merta meniadakan nilai spiritual hijrah, tetapi memperluas cara pandang terhadap bagaimana pesan keagamaan diproduksi dan didistribusikan dalam ruang publik digital.

Selanjutnya, melalui *fusion of horizons*, terjadi pertemuan antara horizon makna keagamaan (yang menekankan keikhlasan, spiritualitas, dan nilai dakwah) dengan horizon ekonomi digital (yang menekankan popularitas, algoritma, dan monetisasi). Dari pertemuan ini lahir pemahaman baru bahwa hijrah digital merupakan fenomena yang berada di persimpangan antara spiritualitas dan industri media. Makna hijrah tidak hanya dipahami sebagai proses perubahan religius, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem budaya digital yang sarat dengan produksi simbol, citra, dan konsumsi. Meskipun demikian, komodifikasi makna keagamaan tidak selalu dapat dipandang secara negatif. Dalam beberapa kasus, strategi pengemasan konten dakwah secara kreatif justru memperluas jangkauan pesan Islam kepada audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang hidup dalam budaya visual dan digital. Dengan kata lain, komodifikasi dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi dakwah terhadap perubahan zaman, meskipun tetap memerlukan kehati-hatian agar tidak menggeser esensi nilai-nilai spiritual dalam hijrah itu sendiri.

Implikasi terhadap Komunikasi Islam Kontemporer

Secara keseluruhan, temuan penelitian mengenai hijrah digital menunjukkan bahwa komunikasi Islam di era digital mengalami transformasi yang signifikan menuju pola yang lebih interaktif, partisipatif, dan terbuka. Dalam konteks hermeneutika Gadamer, perubahan

ini dapat dipahami sebagai konsekuensi dari historisitas pemahaman, di mana perkembangan media komunikasi tidak hanya mengubah cara pesan dakwah disampaikan, tetapi juga mengubah cara makna keagamaan diproduksi, diterima, dan ditafsirkan oleh masyarakat.

Dalam praktiknya, media sosial telah menggeser model komunikasi dakwah dari yang bersifat satu arah menjadi multi-arah, di mana audiens tidak lagi hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai penafsir aktif yang turut membentuk makna hijrah digital. Kondisi ini memperkuat karakter komunikasi Islam yang bersifat dialogis, karena terjadi pertukaran makna yang terus-menerus antara dai, audiens, dan ruang digital itu sendiri. Namun, dalam perspektif *fusion of horizons*, keterbukaan ini juga membawa konsekuensi berupa keberagaman interpretasi yang sangat luas terhadap pesan keagamaan.

Pada saat yang sama, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa prasangka awal terhadap dakwah sebagai proses yang stabil dan terkontrol mulai mengalami pergeseran. Dalam era digital, makna dakwah dan hijrah menjadi lebih cair dan kontekstual, sehingga membutuhkan kemampuan literasi digital keagamaan yang lebih tinggi dari masyarakat. Tanpa literasi yang memadai, audiens berpotensi menerima pesan dakwah secara fragmentaris tanpa pemahaman yang utuh dan kritis. Oleh karena itu, implikasi penting bagi komunikasi Islam kontemporer adalah perlunya pengembangan pendekatan dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital tanpa menghilangkan substansi nilai-nilai Islam. Dakwah tidak cukup hanya hadir dalam ruang digital, tetapi juga harus mampu membangun kerangka komunikasi yang etis, edukatif, dan kontekstual agar pesan keislaman tetap terjaga makna dan kedalamannya. Dengan demikian, komunikasi Islam di era hijrah digital tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai ruang pembentukan kesadaran kritis dan pemahaman keagamaan yang lebih komprehensif di tengah dinamika masyarakat digital.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa fenomena hijrah digital merupakan bentuk transformasi makna keagamaan yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi dan media sosial. Dalam perspektif hermeneutika Hans-Georg Gadamer, makna hijrah tidak bersifat tetap, melainkan selalu mengalami proses

reinterpretasi sesuai dengan historisitas pemahaman, prasangka, dan pertemuan horizon antara teks, konteks, dan pembaca.

Pertama, hijrah digital menunjukkan adanya pergeseran makna dari perubahan spiritual individual menuju konstruksi identitas religius yang bersifat sosial dan komunikatif di ruang digital. Kedua, proses pemaknaan hijrah tidak lagi bersifat linier, tetapi partisipatif, di mana audiens media sosial berperan aktif sebagai penafsir sekaligus produsen makna keagamaan. Ketiga, terjadi pergeseran otoritas keagamaan dari model tradisional yang hierarkis menuju model jaringan (*networked religion*) yang lebih terbuka dan berbasis popularitas serta interaksi digital. Keempat, fenomena hijrah digital juga memperlihatkan adanya komodifikasi makna keagamaan, di mana pesan dakwah tidak hanya berfungsi sebagai media spiritual, tetapi juga terhubung dengan logika ekonomi digital berbasis perhatian dan viralitas. Meskipun demikian, komodifikasi ini tidak sepenuhnya negatif karena dalam beberapa kasus turut memperluas jangkauan dakwah Islam. Dengan demikian, hijrah digital dapat dipahami sebagai hasil konstruksi makna yang dinamis, terbuka, dan terus berkembang melalui interaksi antara teks dakwah, teknologi media sosial, dan partisipasi aktif pengguna dalam ruang komunikasi Islam kontemporer.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan:

1. Bagi Akademisi dan Peneliti

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji hijrah digital tidak hanya melalui pendekatan hermeneutika, tetapi juga dengan pendekatan lain seperti semiotika, etnografi digital, atau analisis wacana kritis agar memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena dakwah digital.

2. Bagi Praktisi Dakwah dan Dai Digital

Para pendakwah di media sosial diharapkan mampu menyampaikan pesan keagamaan secara lebih kontekstual, komunikatif, dan bertanggung jawab, dengan tetap menjaga substansi nilai-nilai Islam serta menghindari penyederhanaan makna hijrah yang berlebihan.

3. Bagi Masyarakat Pengguna Media Sosial

Masyarakat diharapkan meningkatkan literasi digital keagamaan agar mampu memahami dan menafsirkan pesan dakwah secara kritis, selektif, dan tidak mudah terpengaruh oleh konten yang bersifat viral namun kurang mendalam secara substansi.

4. Bagi Pengembangan Komunikasi Islam

Ilmu komunikasi Islam perlu terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dengan mengembangkan model dakwah yang lebih partisipatif, etis, dan reflektif, sehingga tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat modern tanpa kehilangan nilai-nilai dasar ajaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, Charles J. 1987. *Islamic Religious Tradition*. In *The Study of the Middle East*, edited by Leonard Binder, 1–28. New York: Wiley.
- Arifin, Zainal. 2022. "Dakwah Digital dan Transformasi Media Sosial di Kalangan Generasi Muda." *Jurnal Komunikasi Islam* 12(2): 115–130.
- Fadilah, Siti, and Putri Aulia. 2025. "Instagram Reels sebagai Media Dakwah untuk Generasi Z." *Communicatio: Journal of Communication Science* 15(1): 45–60. <https://jurnal.ut.ac.id/index.php/communicatio/article/view/13342>
- Flew, Terry. 2014. *New Media: An Introduction*. 4th ed. Melbourne: Oxford University Press.
- Gadamer, Hans-Georg. 2004. *Truth and Method*. 2nd rev. ed. London: Continuum.
- Harahap, Rina, and Muhammad Adeni. 2025. "Dakwah Instagram dan Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Persepsi Keagamaan." *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 16(1): 33–48. <https://journal1.uinss.ac.id/index.php/orasi/article/view/22438>
- Hermawan, Dedi, et al. 2025. "Viralitas Narasi Hijrah di TikTok dan Konstruksi Identitas Muslim Muda." *ResearchGate Publication*. <https://www.researchgate.net/publication/397905008>
- Hjarvard, Stig. 2013. *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.
- Khatib, Lina. 2013. *Image Politics in the Middle East: The Role of the Visual in Political Struggle*. London: I.B. Tauris.
- Mulyana, Deddy. 2019. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nasrullah, Rulli. 2021. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ricoeur, Paul. 1976. *Interpretation Theory: Discourse and the Surplus of Meaning*. Fort Worth: Texas Christian University Press.
- Saefulloh, Ahmad, et al. 2026. "Dakwah Digital dan Tantangan Algoritma Media Sosial." *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 20(1): 1-18. <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/komunika/article/view/13082>
- Siregar, Ashadi. 2018. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Uriawan, R., et al. 2025. "TikTok and Instagram Engagement in Islamic Digital Da'wah." *arXiv preprint*. <https://arxiv.org/abs/2512.17646>
- Zubair, Abdul. 2023. "Komodifikasi Agama dalam Media Digital." *Jurnal Studi Islam Kontemporer* 7(2): 88-102.