



VISUALISASI KESALEHAN KOMUNITAS DAN KOMODIFIKASI AGAMA DALAM INSTAGRAM HIJRAH FEST

Moh Rodi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: rodimuhammads50@gmail.com

Submitted: 11 Maret 2025	Accepted: 23 April 2025	Published: 28 Juni 2025
--------------------------	-------------------------	-------------------------

Abstract: *The concept of hijrah in Indonesia has undergone a shift, from a spiritual journey rooted in personal transformation to a popular lifestyle trend embraced by urban Muslim communities. One notable example is Hijrah Fest, a religious event packaged as a festival that actively uses Instagram to disseminate Islamic messages. Through visual content featuring public figures and millennial ustaz, Hijrah Fest constructs an image of piety that is closely linked to lifestyle choices and religious branding. This study aims to analyze how Hijrah Fest represents piety and commodifies religion through its Instagram content. The research applies Pattana Kitiarsa's theory of religious commodification, which views religion in relation to market logic and popular culture. Methodologically, this study employs a qualitative approach using netnography, involving three stages of data collection: investigation, interaction, and immersion. The findings reveal two main constructions of piety: normative piety and piety as a social movement. These representations are mediated through public figures and ustaz to emotionally engage audiences and build mass appeal. Additionally, piety is commodified through symbols such as halal fashion and lifestyle products. Public figures thus function as religious influencers who shape contemporary Muslim identity within a market-driven digital environment.*

Keywords: *Visual Image; Commodification of Piety, Hijrah Fest.*

Abstrak: Konsep *hijrah* di Indonesia mengalami pergeseran makna, dari yang semula dipahami sebagai perjalanan spiritual menuju transformasi diri, kini berkembang menjadi tren gaya hidup yang populer di kalangan komunitas Muslim urban. Salah satu contohnya adalah Hijrah Fest, sebuah acara keagamaan yang dikemas dalam bentuk festival dan secara aktif memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah. Melalui konten visual yang menampilkan figur publik dan ustaz milenial, Hijrah Fest membentuk citra kesalehan yang erat kaitannya dengan pilihan gaya hidup dan praktik komodifikasi simbol-simbol keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Hijrah Fest merepresentasikan kesalehan dan mengkomodifikasi agama melalui konten-konten Instagram-nya. Penelitian ini menggunakan teori *religious commodification* dari Pattana Kitiarsa yang memandang agama dalam kerangka budaya populer dan logika pasar. Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, melalui tiga tahapan pengumpulan data: investigasi, interaksi, dan emersi. Hasil penelitian menunjukkan adanya dua bentuk utama representasi kesalehan: kesalehan normatif dan kesalehan sebagai gerakan sosial. Representasi ini dimediasi oleh figur publik dan ustaz milenial untuk membangun keterlibatan emosional dan menarik partisipasi massa. Selain itu, kesalehan juga dikomodifikasi melalui simbol-simbol seperti busana halal dan produk gaya hidup. Figur publik berperan sebagai influencer keagamaan yang membentuk identitas Muslim kontemporer dalam konteks digital yang berorientasi pasar.

Kata Kunci: *Citra Visual; Komodifikasi Kesalehan; Hijrah Fest.*

PENDAHULUAN

Gerakan komunitas hijrah sering kali memanfaatkan media sosial dalam upaya mengajak masyarakat untuk melaksanakan hijrah. Berbagai macam konten yang ada dijadikan instrumen dalam menggaet masyarakat untuk berhijrah. Konten yang ditampilkan dengan cara menggunakan media sosial merupakan salah satu cara dalam memperlihatkan citra visual komunitas hijrah mereka. Konten tersebut memuat berbagai macam hal, baik yang terkait dengan relasi vertikal antara manusia dengan Tuhannya (*hablun min Allah*), maupun relasi manusia dengan sesama manusia (*hablun min Annas*). Hadirnya beberapa artis *entertainment* yang sudah berhijrah, menjadi sosok penting dalam menampilkan citra diri mereka. Keberadaan para artis menjadi daya tarik tersendiri dalam konteks hijrah, bagaimana mempersuasi masyarakat untuk berhijrah melalui konten yang diberikan. Kegiatan sehari-harinya yang berbau Islami ataupun gaya pakaian yang berubah, dari yang tidak menutup aurat menjadi pakaian yang menutup aurat.

Hijrah kemudian berkembang menjadi salah satu *trend* yang terlihat dalam salah satu agenda festival besar di Indonesia, salah satunya komunitas Hijrah Fest. Gerakan ini merupakan komunitas hijrah sekaligus nama *event* dengan konsep bernuansa Islami. Hijrah Fest mengemas *event* mereka dengan kegiatan-kegiatan yang lebih inovatif dan variatif dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana transmisi informasi *event* mereka. Selain itu, acara Hijrah Fest juga dikemas dengan citra visual yang sangat menarik dan kekinian yang menampilkan wujud dirinya dalam komunitas pengajian.¹ Acara ini seiring berjalannya waktu mampu menarik atensi publik dengan memanfaatkan beberapa ustaz dan artis nasional. Acara Hijrah Fest juga mampu menarik atensi masyarakat terutama kalangan milineal yang terbukti dalam beberapa acara penjualan tiket yang disediakan habis terjual.²

Komunitas Hijrah Fest secara garis besar tidak hanya semata-mata muncul karena kesadaran baru agama, tetapi juga keinginan status sosial dari kelompok tertentu. Keinginan tersebut hadir dalam berbagai konsep yang dibawa dalam acara festival tersebut, seperti menghadirkan pasar yang terdiri dari beberapa stand penjualan pakaian. Kegiatan Festival tersebut secara implisit telah melahirkan gaya hidup baru, dengan hadirnya beberapa sosok *public figure* seperti artis yang

¹ Hari Putra. "Komudifikasi Hadis Hijrah Fest (Studi Kasus Instagram Hijrah Fest)". Tesis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2021, 56-58.

² Thiyas Tono Taufiq, Royanulloh Royanulloh, dan Komari Komari. "Tren Hijrah Muslim Perkotaan di Media Sosial: Konstruksi, Representasi dan Ragam Ekspresi". Fikrah. 2022.

berhijrah telah menjadi sosok penting dalam komunitas hijrah tersebut.³ Festival Hijrah Fest juga menyelenggarakan pameran dengan jumlah kurang lebih dari 100 *brand* produk halal, *Talk Show*, *meet & greet* hijrah, *fashion show*, dan program penghapusan tato. Festival Hijrah Fest juga mengundang pemuka agama yang aktif dalam dakwah milenial, seperti Ustaz Abdul Somad, Ustaz Aldi Hidayat, dan beberapa ustaz lainnya. Motivasi-motivasi atau pesan-pesan yang diberikan oleh para ustaz tersebut telah memberikan gambaran tentang jawaban atas pencarian identitas masyarakat muslim urban untuk mengekspresikan kesalehan mereka dengan hadirnya komunitas Hijrah Fest.⁴

Konten media sosial Instagram dalam komunitas Hijrah Fest, selain berisi mengandung ajakan untuk berhijrah, terdapat makna lain yaitu mengandung unsur ekonomi. Konsep dalam proses dakwah Hijrah Fest yakni mengemas dengan berbagai konsep dakwah yang dibarengi dengan festival bazar. Beberapa stand penjualan dari brand pakaian turut juga hadir untuk memeriahkan acara mereka. Keadaan tersebut secara tidak langsung terdapat unsur ekonomi yang pada akhirnya memunculkan tindakan komodifikasi agama. Hijrah diidentikkan dengan berbagai sesuatu yang menunjukkan religiusitas individu yang ditandai dengan perubahan *fashion* dari yang sebelumnya tidak menggunakan hijab kemudian memutuskan untuk berhijab. *Trend* hijrah kemudian menjadi sebuah gaya hidup baru yang keren dan kekinian, dalam konteks yang demikian, hijrah bukan lagi sekedar perubahan spritualitas seseorang, melainkan juga sebagai perubahan gaya hidup yang lebih baik.⁵

Komunitas Hijrah Fest selain melibatkan para ustaz dan *public figure* seperti artis, Hijrah Fest juga memanfaatkan pasar anak muda melalui strategi visual dalam mengkonstruksi citra kesalehan khususnya dalam ruang-ruang virtualitas budaya. Strategi ini mampu menjadi salah satu faktor untuk memanfaatkan pasar anak muda, terbukti berbagai komunitas *lifestyle* dimanfaatkan sebagai instrumen untuk menyita atensi minat anak muda, dan juga berbagai *brand* pakaian dan *merchandise* ala anak muda juga terlihat dominan saat mengisi event Hijrah Fest.⁶ Komunitas Hijrah Fest juga menghadirkan beberapa stand penjualan yang lain untuk dijadikan sebuah peluang besar dalam

³ Surya Fachrizal . Hijrah Fest 2018, "Islam sebagai Life Style Cool dan Gagalnya Paham Liberal". <https://hidayatullah.com/feature/kisah-perjalanan/2018/11/13/154653/hijra-fest-2018-islam-sebagai-life-style-cool-dan-gagalnya-paham-liberal.html>. Diakses pada tanggal 29 Januari 2025.

⁴ Irfan Teguh. Kegersangan Spiritual: Pemicu "Hijrah" & Kesalehan Muslim Urban (tirto.id). Diakses pada tanggal 9 Februari 2025.

⁵ Nanang Mizwar Hasyim. "Social Media and the Hijrah Phenomenon : Construction of Islamic Identity on Social Media in Indonesia". *Kalijaga International Journal of Social Sciences and Humanities*. 2022.

⁶ Hari Putra. *Komodifikasi Hadis Hijrah Fest...*, 62.

pasar muslim, peluang tersebut dijadikan lahan keuntungan bisnis atas nama agama. Pemilik produk memanfaatkan dengan sebaik mungkin dalam menyebarkan produk mereka dengan konsep agamis yang sesuai syariah, sehingga aspek material dari agama sendiri menjadi eksklusifitas dan privatisasi dalam agama Islam. Keagamaan yang seharusnya berorientasi terhadap nilai-nilai kebajikan dijadikan alat untuk mendapatkan keuntungan secara komersial.

Festival hijrah yang diadakan oleh komunitas Hijrah Fest secara tidak langsung berfungsi sebagai instrumen memasarkan produk-produk kepada jama'ah mereka, disisi lain juga menampilkan citra diri komunitas mereka dengan *lifestyle* yang mereka gunakan. Festival hijrah tersebut merupakan instrumen yang dijadikan sebagai media dan panggung dengan tujuan untuk memasarkan produk-produk yang mereka tampilkan, yang dikemas dengan citra keagamaan untuk menutupi kepentingan ekonomi mereka. Agama yang pada hakikatnya menjadi pedoman hidup dan petunjuk, kemudian bergeser menjadi komoditas yang memiliki nilai tukar (ekonomis). Agama dan pasar merupakan dua entitas yang saling menyatu dan tidak bisa dipisahkan, sebab dakwah sebagai salah satu wilayah keagamaan yang dijadikan pasar untuk transaksi kepentingan ekonomi dengan dikemas atas nama agama.⁷ Berdasarkan uraian tersebut, agar pembahasan lebih terfokus, maka rumusan masalah yang difokuskan oleh peneliti menjadi dua, yakni bagaimana bentuk citra kesalehan visual komunitas hijrah dan bagaimana komodifikasi kesalehan visual komunitas hijrah dalam media sosial Instagram Hijrah Fest.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, yaitu adaptasi dari etnografi yang diterapkan dalam konteks komunitas digital untuk memahami pola komunikasi, interaksi, serta representasi budaya dalam ruang daring. Metode ini dipilih karena mampu menangkap dinamika simbolik dalam praktik keagamaan yang dimediasi oleh teknologi, sebagaimana terlihat dalam aktivitas komunitas Hijrah Fest di media sosial. Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari unggahan akun Instagram @hijrahfest dalam bentuk konten feed, pada pelaksanaan Hijrah Fest setiap tahun dari 2018 hingga 2024.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahap sebagaimana dikembangkan dalam prosedur

⁷ Hofizal Wadi dan Roy Bagaskara, "Perjumpaan Pasar dan Dakwah: Ekspresi Kesalehan Anak Muda dan Komodifikasi Agama di Muslim United Yogyakarta". Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian. 2022.

netnografi oleh Robert Kozinets⁸, yaitu investigation, interaction, dan immersion. Tahap investigation mencakup pemetaan komunitas digital Hijrah Fest dan identifikasi akun, tagar, serta aktor-aktor kunci dalam jaringan. Tahap interaction dilakukan secara partisipatif-pasif, dengan pengamatan terhadap interaksi digital berupa komentar, *likes*, dan *story highlights*. Selanjutnya, tahap immersion melibatkan pencatatan lapangan secara sistematis, pengunduhan materi visual dan teks, serta verifikasi silang dengan data sekunder, seperti informasi dari situs resmi Hijrah Fest, akun media sosial pendukung, serta literatur ilmiah yang relevan sebagai konteks pendukung.

Analisis data dilakukan dengan analisis tematik berdasarkan enam tahap yang dikembangkan oleh Braun dan Clarke. Tahapan tersebut meliputi: (1) familiarisasi dengan data melalui pembacaan berulang, (2) pengkodean awal secara deskriptif (*open coding*), (3) pencarian tema berdasarkan pengelompokan kode, (4) peninjauan ulang tema untuk menguji konsistensi, (5) penamaan dan definisi tema secara jelas, serta (6) penulisan narasi hasil temuan yang dikaitkan dengan teori. Proses analisis diarahkan oleh kerangka teori *mediated religious identity* dan dakwah digital dalam perspektif komunikasi kritis Habermas. Validitas data diperkuat melalui teknik triangulasi sumber.

KAJIAN TEORI

Komodifikasi Agama

Komodifikasi merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris *Commodifacation*, yang merupakan gabungan dari dua kata *Commodity* (komoditas) yaitu sesuatu yang diproduksi untuk dijual dan *Modification* (modifikasi) yang memiliki arti sebagai transformasi varian bentuk dan ukuran yang lebih baru.⁹ Istilah komodifikasi sendiri berasal dari konsep yang diperkenalkan oleh Marx, yang menggambarkan tentang suatu bentuk transformasi dalam relasi-relasi sosial yang awalnya tidak memiliki nilai jual dan diubah menjadi sesuatu yang memiliki nilai jual. Pengertian komodifikasi jika dikaitkan dengan agama, maka komodifikasi adalah suatu bentuk transformasi pada perubahan simbol-simbol keagamaan menjadi suatu komoditas yang diperdagangkan untuk mendapatkan keuntungan, dengan kata lain komodifikasi agama merupakan upaya mengubah aspek-aspek agama, dari simbol keagamaan menjadi suatu komoditas yang diperdagangkan.¹⁰

⁸ Robert V Kozinets, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online* (London: Sage Publications Ltd, 2010).

⁹ Sony Kristiantoro. "Komodifikasi Agama dalam Holy Land Tour: Sebuah Tinjauan Sosiologi Agama". *DUNAMIS: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani*. Vol 6. No. 1, 2021.

¹⁰ Saiful Hakam, Cahyo Pamungkas, dan Erni Budiwanti. "Ringkasan Hasil Penelitian Komodifikasi Agama-Agama di Korea Selatan". *Jurnal Kajian Wilayah*. Vol 7. No. 2. 2017.

Menurut Pattana Katiarsa, komodifikasi agama merupakan hubungan antara agama dan pasar yang saling berulang dan interaktif, secara bersamaan yang melibatkan antara kekuatan pasar yang mengkomodifikasi agama dan institusi keagamaan yang mengambil bagian dalam pasar dan budaya konsumsi.¹¹

“Komodifikasi agama dapat membantu tentang pendefinisian ulang terhadap agama sebagai komoditas pasar dalam transaksi di pasar spritual, bahkan komodifikasi agama dapat memperluas hubungan transnasional antara jaringan organisasional agama dengan jaringan pasar.”¹²

Pandangan Kitiarsa tentang proses komodifikasi tidak menyebabkan penurunan *religiusitas*. Tetapi, komodifikasi mewarnai terhadap relasi pasar dan agama. Kitiarsa juga menjelaskan mengenai konsep komodifikasi agama dalam diskursus ilmu sosial di negara-negara barat, dalam pandangannya agama memberikan sekumpulan aturan moral dan perlindungan spritual aturan terhadap umat manusia. Ketika agama dikomodifikasi menurut Kitiarsa maka ia telah memainkan peran ganda. Pertama, agama sebagai komoditi pasar. Kedua, agama sebagai media pertukaran spritualitas.¹³

Agama sebagai komoditi pasar merupakan agama yang dianggap sebagai produk yang dapat diperjual belikan, dengan komunitas atau organisasi keagamaan dalam memasarkan ajaran dan praktik agama mereka kepada masyarakat sebagai suatu produk yang sangat menarik. Agama sebagai media pertukaran spritualitas merupakan peran agama dalam memfasilitasi petukaran atau ekspresi tentang dimensi spritual manusia. Agama dilihat sebagai wadah yang memungkinkan individu dalam proses mengalami dan mengungkapkan dimensi spritualitas mereka, sehingga agama ketika dikomodifikasi telah memainkan peran ganda, dari dua hal proses tersebut agama semakin mewarnai antara relasi pasar dan agama.

Kesalehan (*piety*)

Kesalehan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan ketaatan atau kepatuhan dalam menjalankan ibadah; kesungguhan menunaikan ajaran agama.¹⁴ Kesalehan secara bahasa berasal dari kata saleh yang mempunyai arti taat dan sungguh-sungguh dalam menjalankan ibadah. Kata

¹¹ Faiz, Abd. “Muslimah Perkotaan: Globalizing Lifestyle, Religion and Identity”. (Yogyakarta: SUKA-Press, 2020), 97-98.

¹² Kitiarsa, Pattana. “Sosiologi Agama Bryan S. Turner”. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 988.

¹³ Zaki Faddad dan Anisatul Mardiah. “Komodifikasi Agama dalam Gerakan Majelis Tafsir Al-Qur’an (MTA) di Surakarta”. *Religió: Jurnal Studi Agama-Agama*. Vol 10. No. 1.2020.

¹⁴ KBBI Daring, Pemutakhiran Oktober 2022, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>. Diakses pada 3 Februari 2025.

saleh sendiri berasal dari bahasa arab yaitu *salih* yang memiliki arti terhindar dari suatu keburukan atau kerusakan.¹⁵ Term kesalehan secara umum mengacu pada pengabdian religius atau spritual, kata tersebut berasal dari gerakan kesalehan (*pietist*) pada abad XVII dan XVIII.¹⁶ Menurut Weber kesalehan merupakan sebuah konsep yang merujuk pada “perilaku yang di ridhai oleh Tuhan”. Kesalehan membimbing dari keinginan rasional untuk menuju kesenangan lahiriah pribadi yang terjamin dengan melakukan perilaku-perilaku yang di ridhai Tuhan.¹⁷

Pendapat Turner dalam bukunya yang berjudul “Sosiologi Agama”, kesalehan sendiri juga membutuhkan perubahan kebiasaan dan praktik di dunia material. Kesalehan juga, tidak hanya menciptakan standar perilaku yang baru, tetapi menciptakan persaingan dalam mendapatkan amal kebijakan.¹⁸ Kesalehan membuat seorang individu lebih bebas mengekspresikan keyakinan dan praktik keagamaan mereka dalam melaksanakan kewajiban dan perintah agama, hingga memperlihatkan rasa kepemilikan terhadap komunitas tertentu. Kesalehan agama yang mengacu terhadap perintah Tuhan, memberikan individu kebebasan dalam mengambil keputusan dan tindakan yang dipercayai masih dalam ridha Tuhan.

Term “kesalehan” sering kali digunakan untuk menunjukkan kualitas religiusitas seseorang yang mempersepsikan dan berperilaku atas kepercayaan mereka. Kesalehan seseorang sering kali nampak terlihat dalam lingkungan sekitar kita, baik dari tingkah laku maupun aktivitas kesehariannya. Kesalehan saat ini bukan hanya terjadi dan muncul di kehidupan nyata, bahkan mulai bermunculan dalam dunia maya. Kesalehan yang dicitrakan untuk mengkonstruksi masyarakat tentang bagaimana komunitas merepresentasikan komunitas mereka.¹⁹ Gerakan-gerakan keislaman juga ikut andil dalam merepresentasikan kesalehan komunitas mereka dalam media sosial, dengan bentuk citra visual yang mereka tampilkan kepada khalayak atau pengguna media sosial. Gerakan tersebut memberikan tontonan terhadap masyarakat seperti kegiatan pengajian, ibadah-ibadah wajib, dll.

Kesalehan ritual seorang muslim dituntut untuk tetap mengamalkan kesalehan sosial, dikarenakan kesalehan ritual dan kesalehan sosial harus berjalan beriringan. Kesalehan sosial sangat

¹⁵ Ita Rosita, “Representasi Kesalehan Muttaqi dalam Buku Saleh Ritual Saleh Sosial karya KH. A. Mustofa Bisri.”. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018, 11.

¹⁶ Bryan S. Turner, *Sosiologi Agama...*,1020.

¹⁷ Bryan S. Turner, *Sosiologi Agama...*, 995.

¹⁸ Bryan S. Turner, *Sosiologi Agama...*,1021.

¹⁹ Lenni Lestari. "Pergerakan Kesalehan Online: Islam Publik dan Agensi Keagamaan Perempuan di Masyarakat Aceh Kontemporer". *Prociding Of F-ICIS IAIN Palangka Raya*. 2022.

berkaitan dengan orang lain, sedangkan kesalehan ritual lebih berkaitan dengan atau mengarah kepada hubungan antara manusia dengan Tuhan. Kesalehan sosial juga disebut dengan kesalehan normatif, sebab kesalehan sosial merupakan kesalehan yang berhubungan dengan doktrin ajaran agama, kesalehan sosial juga merupakan perwujudan dari kepatuhan seorang manusia yang berkaitan dengan permasalahan di masyarakat. Agama Islam yang aspek tujuannya sebagai *rahmatan lil'alamin* sering kali istilah kesalehan dikaitkan dengan aspek tujuan tersebut, menyebarkan kebaikan dimuka bumi dengan menggunakan kesalehan ritual dan kesalehan sosial sebagai bentuk kepatuhan kepada Tuhan.²⁰ Peneliti dari Kementerian Agama Republik Indonesia merumuskan beberapa indikator dalam mengukur kesalehan sosial antara lain, kepedulian sosial, kepedulian lingkungan, relasi sosial, etika, kepatuhan terhadap negara, kesalehan ritual, habituasi, dan pengetahuan.²¹

Konsep kesalehan yang diambil dari beberapa penjelasan diatas terdapat tiga konsep kesalehan. *Pertama*, kesalehan normatif (Personal), pendefinisian dari beberapa tokoh diatas merupakan konsep atau arti dari kesalehan normatif (personal) untuk menunjukkan nilai diri dari setiap individu. *Kedua*, kesalehan gerakan merupakan gerakan kesalehan yang merasionalisasi kehidupan sehari-hari melalui ketaatan terhadap norma-norma agama.²² Komunitas ataupun gerakan-gerakan hijrah secara tidak langsung merupakan salah satu bentuk dari kesalehan yang diwujudkan atau ditampilkan dalam suatu komunitas atau kelompok. *Ketiga*, kesalehan sebagai citra visual. Media sosial merupakan tempat atau ruang yang dijadikan dalam menampilkan citra kesalehan visual komunitas atau kelompok. Kesalehan direpresentasikan oleh gambaran visual dari postingan dengan secara halus menghegemoni masyarakat tentang citra diri untuk tampil di ranah publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk-Bentuk Kesalehan Visual dalam Media Sosial Instagram Hijrah Fest

Komunitas Hijrah Fest menjadi salah satu dari fenomena dalam *trend* hijrah dengan mencitrakan kesalehan dalam media sosial Instagram mereka, sehingga bentuk citra kesalehan yang ditampilkan dalam media sosial mereka adalah sebagai berikut:

²⁰ Darojatun. Riana, Azizah Alawiyah. "Konstruksi Kesalehan Sosial Generasi Muslim Milenial dalam Filantropi Islam di Kota Serang". Syifa al-Qulub: Jurnal Studi Psikoterapi Sufistik. 2021.

²¹ Peneliti Kementerian Agama Republik Indonesia, "Indeks Kesalehan Sosial", dalam <https://kemenag.go.id/>. Diakses pada tanggal 13 Januari 2025.

²² Faiz, Abd. *Muslimah Perkotaan...*, 261.

Kesalahan Normatif

Kesalahan normatif merupakan konsep yang kompleks dan beragam yang memiliki akar dalam tradisi keagamaan dan sosial. Meskipun konsep ini dapat menjadi sumber inspirasi dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai yang dianggap positif dalam masyarakat. Konsep ini mengacu pada pandangan atau tindakan yang dianggap sesuai dengan norma-norma atau aturan yang telah ditetapkan oleh masyarakat atau lembaga tertentu.²³ Kesalahan Normatif sering dikatakan sebagai kesalahan sosial, sebab membahas kesalahan dan doktrin ajaran agama. Individu melakukan suatu tindakan dengan bebas yang menurut mereka tindakan tersebut merupakan tindakan yang di ridhai Tuhan. Perilaku yang berangkat dari nilai-nilai keagamaan dijadikan dasar dari setiap tingkah laku setiap individu, sehingga tingkah laku dari setiap individu lebih bebas. Kesalahan tidak hanya menciptakan standar perilaku yang baru, tetapi menciptakan persaingan dalam mendapatkan amal kebijakan.



Gambar 1.

Postingan Instagram Hijrah Fest

Kesalahan normatif sering kali erat kaitanya dengan perilaku taat beribadah, khususnya taat terhadap perintah Tuhan. Seperti halnya seorang perempuan yang mendisiplinkan tubuhnya dengan menggunakan jilbab, niqab, dan lain sebagainya. Sedangkan lak-laki identik dengan bercelana panjang, menumbuhkan jenggot, dan menggunakan baju takwa. Gambar di atas merupakan salah satu dari postingan yang ada di Instagram Hijrah Fest, dengan menampilkan desain yang menarik, dan memberikan gambaran dari seseorang yang sedang berdo'a. Postingan tersebut menampilkan

²³ Fatkhan, M. "Kesalahan Normatif vs Mistik Islam Kejawan: Persinggungan Nilai Keislaman dan Tradisi di Masa Sultan Agung." *Dialektika Keilmuan Ushuluddin*.

tentang kesalehan normatif salah satu bentuk seorang hamba yang menunjukkan ketaatan mereka terhadap Tuhan dalam setiap aspek kehidupannya. Seorang hamba yang taat, tentu menjalankan segala perintah dan larangan dari Tuhannya, baik dari ajaran agama, perilaku moral dan etika, maupun hubungan sosial yang baik. Kesalehan dapat memberikan motivasi terhadap seseorang untuk melakukan pekerjaan dengan tekun, jujur, dan bertanggung jawab untuk menghindari praktik-praktik yang kurang etis atau merugikan.

Kesalehan Sebagai Gerakan

Kesalehan sebagai gerakan muncul ketika individu-individu atau kelompok-kelompok mulai mengalihkan kesadaran spritual mereka ke dalam tindakan yang lebih nyata dan berdampak positif. Kesalehan sebagai gerakan bukanlah tindakan sebatas kewajiban ritual yang terbatas pada aktivitas keagamaan semata. Lebih dari itu, kesalehan dapat menjadi sebuah gerakan yang mengubah cara seseorang dalam berinteraksi dengan diri mereka sendiri, orang lain dan lingkungan sekitar. Gerakan kesalehan atau gerakan keagamaan berupa hijrah telah menjadi salah satu bentuk transformasi agama yang signifikan, kemudian diimplementasikan melalui perubahan perilaku religius dalam wadah aktivitas kelompok, seperti halnya dalam konteks penelitian ini adalah komunitas Hijrah Fest.



Gambar 2.

Postingan Instagram Hijrah Fest

Kesalehan sebagai gerakan sering kali tercermin dalam hubungan sosialnya. Hal ini termasuk bagaimana seseorang berinteraksi dengan keluarga, teman, dan masyarakat secara keseluruhan. Gambar di atas yang memberikan konten tentang peduli Palestina, postingan tersebut merupakan kesalehan gerakan dalam Hijrah Fest yang berhubungan dengan sesama hamba atau sesama muslim. Kesalehan dalam hubungan sosial mencakup sikap yang penuh kasih, empati, pengampunan dan

kerelaan untuk memaafkan kesalahan orang lain hingga peduli sesama muslim. Kepedulian terhadap sesama muslim yang terkena musibah merupakan salah satu dari wujud seorang yang saleh yang terwujud dalam kesalahan sosial, hingga terwujud ke dalam suatu kelompok.²⁴

Kesalahan sebagai gerakan dalam komunitas Hijrah Fest mendorong tindakan yang berkaitan dengan kebaikan dan kemanusiaan. Kesalahan yang dijadikan sebagai gerakan dalam memberikan perlindungan hingga mendukung terhadap lingkungan yang sehat. Hijrah Fest menjadi tempat silaturahmi berbagai komunitas hijrah yang ada di Indonesia, sebagai gerakan kesalahan yang terdiri dari berbagai latar belakang yang berbeda untuk bekerja sama demi tujuan yang ingin tercapai. Hadirnya beberapa *public figure* menjadi faktor penting, dikarenakan mereka secara kolektif telah berhasil membangun identitas baru sebagai umat beragama yang lebih taat pada aturan-aturan agama, kehadiran artis yang sudah berhijrah juga memberikan warna dalam beragama khususnya kepada berbagai kalangan masyarakat. Nilai-nilai yang diintegrasikan kedalam kehidupan sehari-hari mereka, menciptakan komunitas yang lebih solid dan mendukung satu sama lain dalam proses hijrah mereka.

Citra Sebagai Kesalahan Publik



Gambar 3.

Postingan Instagram Hijrah Fest

Kesalahan yang dicitrakan dalam media sosial Instagram Hijrah Fest, sering kali lekat dengan *role model* pakian yang syar'i. Citra perempuan yang shaleh, dari postingan pada gambar diatas, perempuan yang saleh diidentikan dengan pakaian yang menutup aurat dan memakai niqab. Citra

²⁴ Aziz, Abdul. "Kesalahan Sosial dalam Bermasyarakat Islam Modern." Jurnal Mathlaul Fatah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam. Vol 11. No. 1. 2020.

kesalehan seorang perempuan bukan hanya memakai hijab, melainkan juga dicitrakan dengan memakai niqab. Kesalehan yang dicitrakan dengan simbol-simbol tertentu dengan mengubah seseorang menjadi lebih agamis ketika memakai hijab, pakaian panjang yang menutupi seluruh tubuh dan memakai niqab. Perubahan ekspresi dan transformasi diri perempuan muslim muda di Indonesia dalam konteks kesalehan tercatat sudah muncul sekitar tahun 1990 atau awal 2000, kemudian mobilitas hijrah tersebut dipraktekkan niqabis dalam *engagementnya* melalui Instagram yang di narasikan melalui ajakan supaya perempuan muslim melakukan tranformasi diri atau hijrah dengan menggunakan hijab yang syar'i.²⁵

Kesalehan yang dicitrakan dalam media sosial Instagram Hijrah Fest tidaklah cukup untuk menunjukkan proses dakwah yang dilakukan oleh mereka suatu kelompok. Media sosial menjadi platform yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan-pesan kesalehan kepada beragam pengguna media sosial. Kesalehan yang dibangun melalui festival hijrah telah menjadi salah satu ciri khas penting dalam proses dakwah mereka sebagai sebuah komunitas atau gerakan kesalehan. Ruang dalam media sosial dimanfaatkan dengan memperluas jangkauan dakwah mereka dan memberikan inspirasi kepada banyak orang. Komunitas Hijrah Fest dengan bebas menggambarkan kesalehan secara visual kepada pengikut atau pengguna dari berbagai lapisan masyarakat yang aktif di media sosial tersebut. Kesalehan pada akhirnya dicitrakan dalam media sosial Instagram Hijrah Fest lebih mengarah terhadap kesalehan di ranah publik, khususnya dalam kehidupan masyarakat perkotaan.

Konstruksi Citra Kesalehan dan Komodifikasi Agama dalam Media Sosial Instagram Hijrah Fest

Demonstrasi Halal Lifestyle dalam Media Sosial Instagram Hijrah Fest

Halal *lifestyle* merupakan cara hidup yang benar dengan mengikuti prinsip ketentuan dari agama. Kata halal berasal dari bahasa Arab yang mempunyai arti pada tafsir al-qur'an yaitu segala sesuatu yang diizinkan oleh agama, dalam agama menjelaskan tatanan hidup, larangan dari mengkonsumsi barang haram, dan hubungan sesama manusia dalam kehidupannya.²⁶ Gaya hidup halal membuat masyarakat muslim kelas menengah memicu terciptanya sebuah

²⁵ Q. A'yunin dan E. Triastuti. "Komodifikasi Kesalehan Niqabis di Media Sosial Instagram". Jurnal Kesetaraan dan Keadilan Gender. Vol 17. No. 2, 2022.

²⁶ Bahatma. "Halal Life Style sebagai Dakwah Determinasi Diri dan Sosial Masyarakat Indonesia." AL-HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Masyarakat. 2021.

komunitas, baik dari komunitas seperti hijab, hijrah, maupun komunitas-komunitas lainnya.²⁷ Seperti halnya komunitas Hijrah Fest yang muncul dengan memberikan fenomena baru khususnya dalam dunia dakwah. Munculnya komunitas pengajian dalam sebuah festival yang dibarengi dengan beberapa stand penjualan, dan juga terlibatnya para *public figure* dan ustaz-ustaz milenial menjadi daya tarik sendiri kepada masyarakat.

Trend menerapkan gaya hidup halal dengan mengkonsumsi produk halal dalam keseharian masyarakat muslim, kemudian membentuk seorang individu dalam tetap konsisten menerapkan ajaran Islam. Nilai-nilai agama dimasukkan dalam keseharian mereka baik dari kebutuhan hidup hingga perilaku, sehingga membentuk kepribadian seorang muslim yang taat kepada ajaran dan perintah Tuhannya. Menjalankan perintah agama merupakan kewajiban mutlak bagi seorang muslim, dimulai dari kebutuhan pokok hingga gaya hidup. Dinamika perkembangan produk halal di kalangan muslim kelas menengah tidak bisa lepas dari gaya hidup mereka, baik dari yang ingin ditampilkan hingga ditunjukkan kepada orang lain selalu ada pencarian atau diferensiasi dengan gaya hidup yang telah ada.

Kesalehan visual yang dibangun oleh Hijrah Fest dalam media sosialnya dapat dilihat dalam dua bagian. *Pertama*, komunitas Hijrah Fest merupakan wadah bagi semua komunitas hijrah untuk menjalin *ukhuwah keislaman* khususnya wadah di ruang publik. Kesalehan yang disimbolkan dengan citra visual yang mengandung nilai-nilai dan simbol-simbol agama menjadi bukti bahwasanya mereka adalah komunitas yang patuh dan memenuhi perintah Allah. Kesalehan yang dicitrakan dalam media sosial juga dibangun secara sistematis melalui pengajian-pengajian maupun postingan keagamaan yang mereka berikan. Adanya wadah bagi masyarakat muslim perkotaan dalam mengekspresikan keagamaannya dengan hadirnya komunitas Hijrah Fest, mereka merasa menemukan pencerahan dan menemukan pemaknaan hidup yang mereka inginkan.

Kedua, komunitas Hijrah Fest mendemonstrasikan kesalehan dengan gaya hidup halal yang dibangun untuk terbentuknya imaji kesalehan di ruang publik. Seorang muslim tetap bisa tampil dengan *trendy* tanpa harus meninggalkan atau melanggar syariat agama, penanaman doktrin ini juga bisa terjadi di setiap pengajian-pengajian yang diadakan dan *sharing* bersama artis atau *public figure* yang sudah berhijrah. Pengajian-pengajian dalam komunitas Hijrah Fest berfungsi

²⁷ Darojatun, Rina. "Tren Produk Halal, Gaya Hidup Syar'i Dan Kesalehan Simbolik: Studi Tentang Muslim Kelas Menengah." Wardah. 2018.

sebagai sumber motivasi dan memperkokoh keyakinan dalam mengkonsumsi dan menggunakan produk halal. Setiap individu merasa dirinya tetap taat dan menjalankan ibadah sesuai anjuran dan perintah Tuhannya, produk yang di konsumsi atau yang digunakan menjadi sarana dalam penguatan spritualitas mereka.

Relasi Agama dan Pasar dalam Hijrah Fest

Agama dan pasar dalam komunitas Hijrah Fest telah menjadi satu kesatuan atau saling terkait satu sama lain dalam konteks sosial dan ekonomi. Agama dalam konteks festival hijrah tidak hanya menjadi suatu landasan moral, tetapi juga menjadi salah satu faktor pendorong terhadap para aktivitas ekonomi yang terjadi didalamnya. Agama telah memainkan peran penting dalam mendorong aktivitas pasar, nilai-nilai keagamaan seperti kesadaran terhadap produk halal dan haram memberikan landasan moral terhadap proses praktik ekonomi yang terjadi di fetival hijrah. Produk-produk yang dijual di festival seringkali dikaitkan dengan nilai-nilai agama, seperti busana muslim, makanan halal dan lain sebagainya.

Pasar dalam festival hijrah juga berfungsi sebagai medium ekspresi pasar agama dalam komunitas Hijrah Fest. Anggota komunitas atau jamaah yang hadir dalam festival hijrah dapat mengekspresikan identitas keagamaan mereka melalui transaksi ekonomi. Pasar digunakan sebagai wadah untuk mendapatkan kebutuhan yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama mereka, serta untuk memperkuat ikatan sosial dalam membangun *ukhuwah keislaman* sesama komunitas hijrah. Keberadaan komunitas Hijrah Fest dalam memberikan acara festival hijrah telah menjadi daya tarik tersendiri, hijrah tidak hanya diidentik dengan perubahan spritualitas keagamaan, tetapi juga menjadi *trend* fenomena sosial dalam perubahan *gaya lifestyle* masyarakat.

Komodifikasi agama dalam hal ini merepresentasikan suatu interaksi antara kegiatan komunitas Hijrah Fest dan pasar. Kesalehan yang dikonstruksikan dalam bentuk *lifestyle* dan macam lainnya, kemudian dikomodifikasi yang diperlakukan seolah-olah sebagai barang komoditas yang dipertukarkan dan transaksinya muncul dalam pasar-pasar modern, majelis pengajian, event hijrah, dll. Proses yang bermula dari event hijrah, yang dibarengi dengan beberapa bazar penjualan pakaian yang Islami dan makanan halal dengan memanfaatkan jasa event tersebut, maka proses event hijrah tersebut dan peran jamaah pada saat itu tidak bisa lepas dari nilai uang, sebab event tersebut mencitrakan kesalehan seperti bernampilan syar'i dan mengkonsumsi makanan yang halal.

Agama memainkan peran penting dalam menyediakan kerangka spritual bagi para pemeluknya, agama bertindak sebagai penghubung spritual yang menghubungkan spritualitas agama tiap individu dengan Tuhan mereka. Acara Hijrah Fest merupakan salah satu tempat yang dijadikan sebagai tempat pertukaran spritualitas keagamaan, festival hijrah yang terdiri dari berbagai macam kegiatan seperti pengajian, sharing pengalaman dan kegiatan keagamaan lainnya. Festival hijrah bukan hanya semata acara diisi dengan ibadah, sharing pengalaman keagamaan, tetapi juga menjadi wadah untuk berkumpulnya berbagai komunitas hijrah yang ada di Indonesia untuk saling bertemu dan menjalin *ukhuwah* sesama muslim hingga memberikan motivasi dan dukungan spritual antara satu sama lain.

Berangkat dari kebutuhan masyarakat muslim perkotaan tentang kehausan ilmu agama, peran dari ustaz milenial dan beberapa *Public figure* sangat berpengaruh besar. Peran mereka dalam mendorong dan mengajak jamaah untuk berhijrah melalui pengajian dan sharing bersama di acara Hijrah Fest, dengan menceritakan pengalaman spritualnya tentu menjadi ciri khas yang menarik terhadap para jamaah yang hadir. Hadirnya mereka dapat memberikan dukungan dan dorongan kepada anggota komunitas hijrah yang sedang dalam perjalanan spiritual mereka. Mereka dapat menawarkan nasihat, bimbingan, dan motivasi, serta membantu mereka mengatasi tantangan yang dihadapi selama proses hijrah.

Keberadaan *public figure* atau ustaz-ustaz ternama memang menarik popularitas para jamaah untuk hadir. Popularitas *event* besar dari Hijrah Fest memang banyak yang berdatangan dalam acara tersebut, peran dari ustaz-ustaz milenial cukup strategis dalam menggaet masyarakat untuk hadir dan berjamaah dalam acara tersebut. Proses yang bermula dari dakwah untuk berhijrah dan dibarengi dengan beberapa stand penjualan UMKM itu tidak bisa lepas dari pertukaran nilai jual. Masyarakat rela hadir untuk mendapatkan kebutuhan spritual dengan mengikuti pengajian mereka dengan cara membeli tiket, sedangkan pihak Hijrah Fest mendapatkan keuntungan dengan menghadirkan para pendakwah milenial dan mendapatkan keuntungan finansial dari penjualan tiket.

Komodifikasi Kesalehan dalam Citra Visual Media Sosial Instagram Hijrah Fest

Citra kesalehan visual yang ditampilkan dalam media sosial Instagram Hijrah Fest dapat menunjukkan wujud terhadap identitas individu ataupun kelompok. Penggunaan gaya berpakaian seperti jilbab yang merupakan simbol keagamaan terkadang melupakan makna yang terkandung dalam pakaian mereka, dan lebih fokus terhadap *trend* pakaian yang modis dan sesuai aspek syariah. Media sosial dimanfaatkan sebagai panggung dalam menampilkan wujud

kesalehan komunitas dengan merepresentasikan kesalehan dengan berbagai jenis *role model* gaya berpakaian yang syar'i. Seseorang tetap dapat tampil dengan gaya dan tidak melanggar hukum agama, tetapi tetap modis dalam berpakaian.

Ritual kesalehan sendiri lambat laun berkembang dengan adanya modernisasi yakni dalam budaya populer, hal tersebut tidak terlepas dari berbagai adopsi nilai modernitas dalam Islam yang melahirkan Islam dengan gaya baru. Pengendapan nilai-nilai modernitas inilah yang kemudian mendorong dari nilai-nilai Islam dan berkembang menjadi nilai-nilai umum yang mudah diterima sebagai ritual ibadah bersama. Ritual identitas komunitas Hijrah Fest sebenarnya dapat dikategorisasikan dalam dua bagian yaitu kebutuhan terhadap spiritual dan kebutuhan terhadap eksistensial. Kebutuhan terhadap spiritual salah satunya dapat dilihat dari seberapa banyak orang menjalankan ibadah di masjid, hingga seberapa intens menjalankan rukun Islam yang ke lima yakni ibadah haji. Kebutuhan yang kedua yaitu eksistensial yang diwujudkan pada konsumsi komoditas yang kemudian dianggap religius hingga mewakili terhadap identitas seorang muslim ataupun komunitasnya. Wujud pada konsumsi komoditas tersebut seperti penggunaan baju gamis, jilbab, dan lain sebagainya.²⁸

Kebutuhan muslim kelas menengah terhadap agama tidak hanya kebutuhan yang bersifat transendental, lebih dari itu simbol agama sering dijadikan sebagai identitas sosial ataupun kelompok mereka. Identitas kesalehan dilakukan secara intens dan terus menerus secara masif oleh masyarakat muslim kelas menengah untuk pemenuhan kesenangan dan kepuasan mereka. Unsur penting dalam pembentukan identitas kelompok muslim kelas menengah, khususnya dalam konteks penelitian ini Hijrah Fest yakni berbentuk dalam gaya pakaian dan konsumsi, komunitas Hijrah Fest mencoba melawan stigma umat muslim yang dinilai kolot dan konservatif dengan menampilkan gaya muslim yang modern. Agama Islam kemudian diterima secara luas ditengah masyarakat yakni terbukti dengan banyaknya pasar agama pada aspek non-ibadah, meskipun sifatnya hanya sebatas simbol tetapi cukup untuk memperjelas kedudukan dan kelas sosial ditengah masyarakat.

²⁸ Taufiq, Thiyas Tono, Royanulloh Royanulloh, dan Komari Komari. "Tren Hijrah Muslim Perkotaan di Media Sosial: Konstruksi, Representasi dan Ragam Ekspresi." *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan*. Vol 10. No. 2. 2022.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa visualisasi kesalahan dalam akun Instagram Hijrah Fest terbentuk dalam dua bentuk utama: kesalahan normatif dan kesalahan sebagai gerakan. Representasi ini ditampilkan melalui simbol-simbol agama, kutipan keislaman, dan peran public figure serta ustaz milenial yang menjadi model visual dakwah. Kesalahan tidak hanya dipresentasikan secara individual, tetapi juga dikonstruksi secara kolektif melalui festival hijrah yang mengedepankan nuansa emosional dan kedekatan komunitas. Figur publik yang tampil dengan pakaian syar'i dan gaya hidup Islami berperan sebagai agen dalam membentuk persepsi publik terhadap citra muslim ideal, sekaligus memperkuat keterlibatan audiens secara emosional.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa agama dalam konteks Hijrah Fest tidak hanya berperan sebagai ajaran spiritual, tetapi juga sebagai komoditas pasar. Festival hijrah menjadi ruang pertemuan antara dakwah dan ekonomi, di mana pengajian dibarengi dengan aktivitas komersial seperti penjualan produk halal dan merchandise religius. Dalam konteks ini, agama diposisikan sebagai sarana pertukaran spiritual sekaligus instrumen transaksi. Kesalahan yang dikonstruksi dalam media sosial menjadi bagian dari gaya hidup Islami yang dikonsumsi, mencerminkan pergeseran makna hijrah sebagai tren gaya hidup yang sarat muatan simbolik dan ekonomi.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, data yang dianalisis hanya berasal dari akun resmi Instagram @hijrahfest tanpa melibatkan respons audiens atau komentar sebagai bagian dari analisis partisipasi digital. Kedua, karena keterbatasan waktu dan sumber daya, studi ini tidak melakukan wawancara mendalam atau observasi langsung terhadap pelaksanaan festival secara offline, sehingga pembacaan atas makna visual dan interaksi bersifat terbatas pada interpretasi konten digital. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi dimensi interaktif komunitas secara lebih luas, termasuk bagaimana audiens memaknai dan merespons representasi kesalahan yang ditampilkan.

REFERENSI

- Abd, Faiz. "Muslimah Perkotaan: Globalizing Lifestyle, Religion and Identity". (Yogyakarta: SUKA-Press, 2020).
- Abdul, Aziz. "Kesalahan Sosial dalam Bermasyarakat Islam Modern." *Jurnal Mathlul Fattah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*. Vol 11. No. 1. 2020.
- Bahatma. "Halal Life Style sebagai Dakwah Determinasi Diri dan Sosial Masyarakat Indonesia." *AL-HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Masyarakat*. 2021.

- Darojatun, Riana. "Tren Produk Halal, Gaya Hidup Syar'i Dan Kesalehan Simbolik: Studi Tentang Muslim Kelas Menengah." Wardah. 2018.
- Darojatun, Riana, Azizah Alawiyah. "Konstruksi Kesalehan Sosial Generasi Muslim Milenial dalam Filantropi Islam di Kota Serang". Syifa al-Qulub: Jurnal Studi Psikoterapi Sufistik. 2021.
- Hari Putra. "Komodifikasi Hadis Hijrah Fest (Studi Kasus Instagram Hijrah Fest)". Tesis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2021.
- Hofizal Wadi dan Roy Bagaskara, "Perjumpaan Pasar dan Dakwah: Ekspresi Kesalehan Anak Muda dan Komodifikasi Agama di Muslim United Yogyakarta". Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian. 2022.
- Irfan Teguh. Kegersangan Spiritual: Pemicu "Hijrah" & Kesalehan Muslim Urban (tirto.id). Diakses pada tanggal 9 Februari 2025.
- Ita Rosita, "Representasi Kesalehan Muttaqi dalam Buku Saleh Ritual Saleh Sosial karya KH. A. Mustofa Bisri.". Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018.
- KBBI Daring, Pemutakhiran Oktober 2022, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>. Diakses pada 3 Februari 2025.
- Lenni Lestari. "Pergerakan Kesalehan Online: Islam Publik dan Agensi Keagamaan Perempuan di Masyarakat Aceh Kontemporer". Prociding Of F-ICIS IAIN Palangka Raya. 2022.
- M, Fatkhan. "Kesalehan Normatif vs Mistik Islam Kejawaen: Persinggungan Nilai Keislaman dan Tradisi di Masa Sultan Agung." Dialektika Keilmuan Ushuluddin.
- Moh, Soehada. "Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama". (Yogyakarta: SUKA Press UIN Sunan Kalijaga, 2012).
- Nanang Mizwar Hasyim. "Social Media and the Hijrah Phenomenon : Construction of Islamic Identity on Social Media in Indonesia". Kalijaga International Journal of Social Sciences and Humanities. 2022.
- Pattana, Kitiarsa "Sosiologi Agama Bryan S. Turner". (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).
- Peneliti Kementerian Agama Republik Indonesia, "Indeks Kesalehan Sosial", dalam <https://kemenag.go.id/>. Diakses pada tanggal 13 Januari 2025.
- Q. A'yunin dan E. Triastuti. "Komodifikasi Kesalehan Niqabis di Media Sosial Instagram". Jurnal Kesetaraan dan Keadilan Gender. Vol 17. No. 2, 2022.
- Saiful Hakam, Cahyo Pamungkas, dan Erni Budiwanti. "Ringkasan Hasil Penelitian Komodifikasi Agama-Agama di Korea Selatan". Jurnal Kajian Wilayah. Vol 7. No. 2. 2017.
- Sony Kristiantoro. "Komodifikasi Agama dalam Holy Land Tour: Sebuah Tinjauan Sosiologi Agama". DUNAMIS: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani. Vol 6. No. 1, 2021.
- Surya Fachrizal. Hijrah Fest 2018, "Islam sebagai Life Style Cool dan Gagalnya Paham Liberal". <https://hidayatullah.com/feature/kisah-perjalanan/2018/11/13/154653/hijra-fest-2018-islam-sebagai-life-style-cool-dan-gagalnya-paham-liberal.html>. Diakses pada tanggal 29 Januari 2025.
- Taufiq, Thiyas Tono, Royanulloh Royanulloh, dan Komari Komari. "Tren Hijrah Muslim Perkotaan di Media Sosial: Konstruksi, Representasi dan Ragam Ekspresi." Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan. Vol 10. No. 2. 2022.
- Zaki Faddad dan Anisatul Mardiah. "Komodifikasi Agama dalam Gerakan Majelis Tafsir Al-Qur'an (MTA) di Surakarta". Religio: Jurnal Studi Agama-Agama. Vol 10. No. 1.2020.