



## *Tourist Attraction: Personal Branding and New Social Movement*

*Nindita Fajria Utami\*, Wilodati, Siti Komariah, Mila Nabila*

Program Studi Pendidikan Sosiologi, FPIPS, Universitas Pendidikan Indonesia  
Jl. Dr. Setiabudi No. 229, Kota Bandung, 40154, Indonesia

Correspondence: E-mail: [ninditafajria@upi.edu](mailto:ninditafajria@upi.edu)

### **ABSTRAK**

Hijrah, pada saat ini merupakan sebuah fenomena yang sedang digandrungi oleh generasi milenial. terlihat di kotakota besar anak muda banyak mengikuti event keagamaan yang diselenggarakan oleh komunitas Dak'wah, salah satunya "Pemuda Hijrah." Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pergerakan pemuda kota Bandung sebagai fenomena wisata religi saat ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode fenomenologis. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, survei, wawancara dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini antara lain menunjukkan bahwa kajian dakwah yang rutin dilakukan setiap minggu di tempat tersebut, menghadirkan fenomena wisata religi yang cukup banyak didatangkan wisatawan ke Kota Bandung.

### **ARTICLE INFO**

**Article History:**

*Submitted/Received 06 Des 2020*

*First Revised 12 Jan 2021*

*Accepted 25 Feb 2021*

*First Available online 8 Mei 2021*

*Publication Date 08 Jun 2021*

**Kata Kunci:**

Branding,  
Hijrah Pemuda,  
Wisata Religi.

## 1. PENDAHULUAN

Identitas sosial merupakan sesuatu yang sangat penting dalam masyarakat (Martiny dan Nikitin, 2019). Identitas sosial merujuk pada cara individu mengidentifikasi diri mereka dalam konteks kelompok sosial tertentu. Identitas sosial melibatkan bagaimana seseorang mengenali dirinya sendiri sebagai anggota kelompok tertentu, seperti kelompok berdasarkan faktor seperti ras, etnis, agama, gender, orientasi seksual, status ekonomi, pekerjaan, dan banyak faktor lainnya. Identitas sosial bisa memiliki pengaruh yang kuat terhadap pandangan, sikap, perilaku, dan interaksi seseorang dengan dunia sekitarnya. Identitas ini tidak hanya berkaitan dengan bagaimana seseorang mengenali dirinya sendiri, tetapi juga bagaimana orang lain melihatnya dan memberi tanda kepada dirinya. Dalam banyak kasus, identitas sosial dapat memberikan rasa kepribadian, kedekatan, dan pencapaian yang kuat dalam konteks kelompok tertentu. Masyarakat yang tidak mempunyai suatu identitas akan kehilangan jatidirinya di tengah-tengah perkembangan zaman yang semakin modern (Mulyono, 2017). Identitas kelompok sosial juga merupakan manifestasi daripada sikap kolektif masyarakat secara keseluruhan. Karena individu dan kelompok dalam suatu masyarakat saling memengaruhi satu sama lain.

Namun pada kenyataannya di era modernisasi ini, berbagai perubahan digital dan kemajuan ilmu pengetahuan serta teknologi juga menyebabkan berbagai permasalahan sosial baru (Mulyono, 2017). Dinamika masyarakat yang berkembang saat ini memunculkan karakter masyarakat dengan visi multikultural dan multireligius, sehingga adakalanya dianggap mengancam identitas lokal suatu bangsa. Identitas kelompok semakin lemah karena arus informasi yang semakin kuat. Globalisasi tidak hanya memberikan berbagai kemudahan dalam hidup masyarakat, akan tetapi juga membawa masyarakat melupakan identitas yang mereka miliki. Baik identitas budaya, identitas nasional, hingga identitas agama (Noor, 2018)

Dinamika dan perubahan masyarakat yang bersifat regresif tersebut kemudian diatasi melalui berbagai gerakan sosial baru. Suatu gerakan sosial yang bertransformasi dari gerakan sosial lama untuk menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih mapan dan ideal. Pendekatan gerakan sosial baru, menjadi bentuk pengetahuan yang sebelumnya diilhami dari keprihatinan akan krisis identitas yang terjadi di masyarakat (Della, 2017). Hadirnya gerakan sosial baru ini, berkembang sesuai kecenderungan orientasi pembangunan dan modernisasi yang sedang berlangsung dalam suatu negara yang dianggap dapat menyelesaikan permasalahan krisis identitas ini. Agenda gerakan sosial baru berupa gugatan untuk kembali mengukuhkan identitas kelompok sosial, seperti identitas budaya, identitas nasional atau identitas agama yang terus melemah.

Gerakan sosial baru dalam bidang keagamaan dipercaya dapat menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan krisis identitas dari aspek religiusitas individu. Gerakan sosial baru di bidang keagamaan dapat mencakup berbagai inisiatif, kelompok, atau gerakan yang muncul dengan tujuan mempromosikan perubahan sosial, reformasi, atau pengembangan dalam konteks agama. Ini bisa berkaitan dengan cara agama diartikan, dijalankan, atau diaplikasikan dalam Masyarakat. Dimana upaya bersama dari sekelompok individu atau organisasi untuk mencapai perubahan atau mengatasi isu tertentu dalam masyarakat. Tujuan utama dari gerakan sosial adalah mengadvokasi perubahan sosial, politik, atau budaya yang mereka percayai akan memberikan manfaat atau perbaikan bagi kelompok yang terlibat atau masyarakat secara keseluruhan. Gerakan sosial bisa mencakup berbagai isu dan tujuan, mulai dari isu kemanusiaan, hak asasi manusia, lingkungan, kesetaraan gender, keadilan rasial, kesejahteraan sosial, dan banyak lagi. Gerakan sosial dapat beroperasi dalam berbagai skala, dari gerakan lokal hingga gerakan nasional atau bahkan internasional. Di Indonesia,

belakangan muncul suatu gerakan yang diinisiasi oleh sekelompok generasi muslim milenial yang bertransformasi melakukan perubahan diri dari segi keagamaan. Gerakan sosial baru yang bernama hijrah menjadi salah satu bentuk transformasi agama yang diimplementasikan pada perubahan perilaku beragama dalam aktivitas kelompok. Generasi Muslim milenial merupakan elemen masyarakat yang membentuk pola-pola dalam fenomena hijrah. Makna hijrah bagi generasi Muslim milenial, berangkat dari adanya kesadaran kolektif tentang identitas diri yang merupakan bagian dari Islam, sehingga timbul kesadaran untuk berkontribusi untuk mengamalkan agamanya (Saputra dkk., 2020).

Fenomena gerakan hijrah ditandai dengan adanya migrasi gaya hidup non-Islam ke Islam di kalangan generasi. Dengan gerakan hijrah, peran dan posisi generasi milenial secara kolektif telah membangun identitas baru sebagai umat yang beragama. Sebagai sebuah fenomena sosial, gerakan hijrah menjadi tindakan kolektif yang memberi pemahaman akan pentingnya kehidupan beragama bagi masyarakat (Saputra dkk., 2020). Pasalnya, Hijrah yang mulanya merupakan ritus personal kini berubah menjadi tindakan komunal. Gerakan hijrah menjadi salah satu gerakan dakwah populer yang berkembang menjadi sebuah tren sosial yang diikuti secara komunal (Addini, 2019).

Gambaran gerakan sosial berbasis Islam ini sudah menjadi isu yang sejak dahulu dibahas. Milton-Edwards (1992) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa pada Desember 1987 seruan jihad bagi pemuda Palestina dalam pemberontakan Israel dimaknai sebagai gerakan hijrah. Setiap tanggal 1 Februari di Amerika Serikat diperingati sebagai World Hijab Day, gerakan yang muncul akibat perlakuan diskriminatif bagi perempuan berhijab. Di Indonesia, geliat gerakan sosial baru dalam bidang keagamaan yang mempunyai esensi hijrah juga terus meningkat. Seperti Indonesia tanpa pacaran, Indonesia bertauhid, Gerakan Islam Khaffah, hingga Gerakan 212 dan bela Islam. Gerakangerakan tersebut sangat kental dengan identitas kelompok Islam yang religius. Gerakan sosial tersebut kemudian mengakumulasi jumlah masa yang sangat banyak.

Gerakan pemuda hijrah ini aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan youtube. Ceramah yang dilakukan oleh pegiat komunitas Shift Pemuda Hijrah disebarakan dimedia sosial agar dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. Video gerakan hijrah mereka di upload di Youtube dan Instagram dalam rangka memudahkan banyak orang yang ingin belajar Islam. Gerakan ini menjadi sangat viral karena turut melibatkan kalangan selebritis di dalamnya. Slogan pemuda hijrah dikenal sebagai gerakan sosial kekinian, yang tetap gaul tapi juga giat belajar agama. Generasi Muslim milenial yang dapat memaknai gerakan hijrah, juga nantinya akan menunjukkan sejauh mana mereka memiliki identitas sebagai Muslim yang taat. Masyarakat yang tergabung dalam gerakan sosial baru ini memaknai hijrah sebagai suatu gerakan kolektif kebangsaan. Selain membenahi diri secara internal, generasi muslim milenial juga harus menjadikan hijrah sebagai semangat untuk turut berkontribusi memajukan negara. Strategi komunikasi ala kaum milenial terbukti mampu membawa dampak, dengan banyaknya anak muda yang memutuskan untuk berhijrah dengan mengubah gaya hidup, baik dari aspek keimanan maupun penampilan.

Ada dampak laten yang tidak banyak disadari bahwa, adanya berbagai kajian kelompok keagamaan yang dilakukan di suatu tempat/kota turut meningkatkan kunjungan masyarakat dari berbagai daerah ke tempat kajian tersebut. Akibatnya gerakan sosial baru ini juga mempunyai dampak meningkatkan aspek pariwisata daerah. Dampak dari gencarnya gerakan sosial baru khususnya yang terjadi di Gerakan Pemuda Hijrah, melahirkan sebuah fenomena baru berbentuk wisata religi. Pasalnya banyak jamaah yang datang dari luar kota dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan rohani dalam bentuk wisata religi. Wisata religi merupakan jenis wisata keagamaan (pileimge tour) atau wisata yang bermotif spiritual yang

dilakukan oleh seseorang maupun kelompok sehingga sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Tuhan Yang Maha Esa dan memperoleh keberkahan dalam hidup.

Wisata religi gerakan pemuda hijrah ini dimaknai sebagai kegiatan wisata generasi milenial yang memiliki makna khusus, yaitu adanya keistimewaan pada gerakan hijrah tersebut sehingga memberi daya tarik generasi muda yang berasal dari berbagai wilayah untuk datang memenuhi kebutuhan spiritualitasnya. Secara tidak langsung gerakan sosial baru yang memperjuangkan identitas keagamaan melalui kajian di suatu daerah, mempunyai trickle down effect (efek menetes ke bawah) yang menyebar ke dalam lapisan masyarakat (Mathouraparsad dan Maurin, 2017). Dalam skala mikro, identitas keagamaan akan semakin diterima oleh individu-individu. Sementara dalam skala makro suatu daerah akan berkembang pesat, meningkatkan keramaian, membuka lapangan pekerjaan dan lain sebagainya. Berbagai hal tersebut, menjadi nilai urgensi tersendiri yang mengungkapkan bagaimana penelitian dilakukan. Masifnya gerakan pemuda hijrah secara kolektif membuat generasi muslim milenial dapat mengkonstruksikan identitas keagamaan dengan transformasi dari nilai-nilai moralitas kesalehan menuju “simbolisasi islami”. Identitas keagamaan ini memberi dampak terhadap pariwisata, khususnya pada aspek wisata religi.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang konteks, makna, dan interpretasi dari fenomena yang diteliti. Penelitian kualitatif lebih berorientasi pada deskripsi, analisis, dan interpretasi data yang kompleks dan kontekstual, daripada pada pengukuran kuantitatif atau statistik. Sebab fenomena gerakan sosial keagamaan dan wisata religi merupakan dua fenomena level makro yang perlu diketahui nilai hubungan, pengaruh dan kontribusinya. Selain itu penelitian ini membutuhkan generalisasi dari satu populasi sehingga pendekatan kuantitatif lebih tepat digunakan. Statistika yang digunakan adalah statistik inferensial karena dalam penyusunan penelitian ini perlu menguji hubungan antar fenomena sekaligus menguji hipotesis penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah random sampling. Pemilihan random sampling didasarkan pada jenis statistik penelitian yang bersifat non-parametrik sehingga perlu adanya generalisasi satu populasi. Dengan menggunakan random sampling maka setiap unit sampel dalam populasi diberikan kesempatan yang sama untuk mengisi angket penelitian. Penggunaan random sampling juga sebagai langkah tepat untuk mengatasi keterpisahan populasi penelitian secara geografis.

Angket dalam penelitian ini disusun berdasarkan referensi ilmiah dan telah diuji validitas serta reliabilitasnya. Angket tersebut ditujukan kepada 51 responden yang telah atau sudah pernah mengikuti gerakan sosial pemuda hijrah sebanyak 20 butir soal. Kota Bandung dipilih menjadi lokasi penelitian ini karena memiliki karakteristik daerah urban, memiliki komposisi generasi milenial yang banyak, menjadi tren wisata kekinian serta mempunyai banyak agenda gerakan keagamaan terutama dalam kajian keislaman.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Pembelajaran di kelas X Multimedia 3 SMK Taruna Terpadu 1 Bogor

Hasil dalam penelitian ini merupakan temuan peneliti berdasarkan pada tanggapan responden terhadap kuesioner wisata religi masa kini. Kuesioner ini telah disebar dalam kurun waktu 2 minggu diperoleh identitas responden dengan kriteria sebagai berikut (**Tabel 1**)

**Tabel 1.** Identitas responden.

Identitas Responden	Presentase Tertinggi
---------------------	----------------------

<b>Usia</b>	1. 21-25 tahun (80,4%)
	2. 15-20 tahun (11,8%)
<b>Tempat Tinggal</b>	1. Bandung (52,9%)
	2. Tasikmalaya (11,8%)
	3. Bogor (5,9%)

Selain temuan berupa identitas responden tentang usia dan tempat tinggal, temuan lainnya berupa tanggapan responden terhadap butir pertanyaan kuesioner dapat diuraikan sebagai berikut (**Tabel 2**)

**Tabel 2.** Pertanyaan Kuisisioner Penelitian dan Respon

No	Kuesioner Penelitian	Respon	Persentase
1.	Sumber informasi yang diperoleh mengenai kajian pemuda hijrah	Media sosial	64%
2.	Alasan mendatangi kajian pemuda hijrah	Memperdalam ilmu agama	13%
3.	Ketertarikan untuk mengikuti kajian pemuda hijrah	Pemateri	80%
4.	Mendatangi Lokasi wisata setelah mengikuti kajian pemuda hijrah	Ya	78%
5.	Membagikan kajian pemuda hijrah melalui media sosial	Ya	52%

Berdasarkan temuan peneliti melalui tanggapan responden terhadap kuesioner penelitian, menunjukkan presentase yang tinggi terhadap beberapa aspek pendorong terciptanya wisata religi baru. Responden menilai bahwa sumber informasi yang sangat massif digunakan untuk menyebarkan gerakan pemuda hijrah adalah melalui media sosial dengan presentase sebesar 64%.

Sementara respon lainnya terbagi ke dalam unsur teman, keluarga dan lain-lain. Sementara itu dari seluruh tanggapan responden terhadap kuesioner penelitian menyatakan bahwa sebagian besar alasan mereka mendatangi kajian pemuda hijrah adalah untuk memperdalam ilmu agama dengan presentasi sebesar 13%. Presentasi yang memang kecil,

akan tetapi alasan lain responden untuk mendatangi kajian sangat banyak ditemukan dengan presentasi yang lebih kecil lagi. Ketertarikan responden untuk mengikuti kajian pemuda hijrah sebagian besar disebabkan oleh figure pemateri dengan presentasi sebesar 80%. Sementara respon lainnya menunjukkan angka yang lebih kecil. Seperti materi yang disampaikan, waktu kajian, dan lain sebagainya. Sebagian besar responden yang berasal dari luar kota Bandung tertarik untuk mendatangi lokasi wisata setelah mengikuti kajian pemuda hijrah. Presentase menunjukkan sebesar 78%. Responden juga sebagian besar membagikan kajian pemuda hijrah yang telah mereka ikuti melalui media sosial dengan presentase responden sebesar 52%.

Identitas sosial merupakan sesuatu yang sangat penting dan harus tetap eksis menghadapi berbagai dinamika dalam masyarakat. Gerakan sosial baru pemuda hijrah merupakan terobosan untuk semakin mengukuhkan nilai-nilai keislaman terutama pada generasi muda atau generasi milenial (Musahadah dan Triyono, 2019). Sebab, generasi milenial merupakan digital native yang sangat adaptif terhadap teknologi, serba digital dan mempunyai pemikiran terbuka terhadap berbagai informasi yang mereka. Pengembangan gerakan hijrah melalui media sosial ini memunculkan wacana tentang konstruksi identitas dan pembingkaihan kultural mengenai makna hijrah (Astor dan Mayrl, 2020). Identitas para aktor gerakan sosial ini mengubah cara pandang mengenai makna religiusitas, yang mana para generasi muslim milenial tetap menjadi pribadi diri mereka sendiri.

Sebagaimana gerakan sosial yang mengagendakan perubahan progresif dalam masyarakat, gerakan sosial pemuda hijrah, selain merekonstruksi kembali nilai-nilai keislaman pada generasi milenial ternyata juga membawa dampak laten terhadap perkembangan pariwisata religi di suatu daerah. Hal ini menjadi konsekuensi dari adanya kajian pemuda hijrah seperti banyak ditemui di Kota Bandung (Musahadah dan Triyono, 2019). Adanya wisata religi baru tentu saja menjadi faktor pendorong bagi pembangunan suatu daerah. Menambah pendapatan daerah, membuka lapangan pekerjaan baru serta meningkatkan berbagai interaksi sosial. Berdasarkan penelitian ini, maka akan diuraikan pembahasan mengenai wisata religi gerakan sosial pemuda hijrah di Kota Bandung berdasarkan pada butir temuan di bagian sebelumnya.

(i) Sumber informasi kajian pemuda hijrah

Berdasarkan hasil temuan di atas, mayoritas responden mengetahui adanya informasi gerakan sosial pemuda hijrah dari media sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa gerakan sosial baru lebih efektif memperoleh masa melalui media sosial. Media sosial menjadi sarana efektif karena lebih mudah, murah dan efisien serta jangkauan yang tidak terbatas. Media sosial memainkan peranan dalam menyebarkan aspek positif berupa gerakan sosial sebagai bagian dari "aktivisme online." Konsep aktivisme online dalam gerakan hijrah menjadikan timbulnya partisipasi untuk turut serta dalam gerakan sosial yang difasilitasi oleh media digital. Hal ini semakin didukung dengan karakteristik generasi milenial yang sangat aktif menggunakan media sosial. Memiliki akun di setiap platform media sosial seperti Instagram, facebook, twitter, youtube dan lain sebagainya. Generasi milenial yang cenderung terbuka dengan segala informasi juga cenderung mengikuti budaya kekinian dan memilih untuk meninggalkan budaya kolot dan tradisional. Adanya kajian pemuda hijrah membawa gerakan baru yang lebih segar dan dapat diterima oleh generasi milenial.

(ii) Alasan mendatangi kajian pemuda hijrah

Nilai-nilai agama yang sering tersaingi dengan dominasi berbagai nilai budaya populer justru semakin meningkatkan berbagai gerakan untuk kembali merekonstruksi nilai-nilai agama. Dalam mempelajari nilai-nilai tersebut dibutuhkan sumber yang kredibel agar pembelajaran tersebut tidak hanya bersifat kognitif tetapi juga terimplementasi ke dalam

suatu perilaku. Pembelajaran agama yang lebih bermakna akan menjadikan individu-individu yang siap menghadapi berbagai tantangan moral. Generasi milenial yang tertarik mengikuti kajian pemuda hijrah mempunyai alasan yang sesuai dengan argumentasi di atas yaitu untuk memperdalam ilmu agama. Munculnya berbagai permasalahan sosial baru, menuntut kontemplatif baru dalam hal agama agar melahirkan satu syariat yang relevan untuk ditaati oleh masyarakat hari ini (Addini, 2019).

(iii) Ketertarikan untuk mengikuti kajian pemuda hijrah

Mengingat pentingnya memahami ilmu agama ini membuat generasi milenial rela untuk mendatangi tempat-tempat kajian yang dianggap kredibel. Di Bandung kajian Ustadz Hanan Ataki selalu menghadirkan masa yang sangat banyak dari berbagai daerah. Fenomena ini adalah indikasi penting bahwa masyarakat mulai kembali mengukuhkan nilai-nilai agama sebagai satu bagian penting dari kebutuhan hidupnya. Sehingga seberapa jauh tempat kajian tersebut akan ditempuh sebagai suatu perjalanan spiritual dalam rangka memenuhi kebutuhan akan ketenangan hidup (Collins, 2020). Generasi milenial yang terkenal memiliki keterbukaan pemikiran menyebabkan mereka mengidentifikasi berbagai kajian-kajian agama. Segmentasi gerakan hijrah bagi generasi muslim milenial menjadi bentuk pendekatan-pendekatan yang digunakan adalah menggunakan materi-materi dakwah sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Kajian agama yang membahas isu kekinian dan menawarkan sudut perspektif baru, tetap mengikuti perkembangan zaman cenderung dipilih oleh generasi milenial hari ini. Namun aspek terpenting dari hal-hal tersebut juga terletak pada kompetensi penerjemah/ustadz. Karena memilih penerjemah/ustadz untuk diikuti perkataan hingga gaya hidupnya, tidak selalu diukur berdasarkan kompetensinya saja dalam keilmuannya, akan tetapi juga dari berbagai aspek yang tidak dapat dijadikan pertimbangan. Seperti perasaan, dan lain sebagainya.

(iv) Mendatangi lokasi wisata setelah mengikuti kajian pemuda hijrah

Seperti yang telah diuraikan di atas bahwa kajian pemuda hijrah tidak hanya meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap nilai-nilai keagamaan. Akan tetapi juga membawa dampak wisata religi suatu masyarakat. Wisata religi merupakan jalan bagi masyarakat modern untuk kembali memperoleh nilai-nilai spiritualisme yang hilang akibat kehidupan modern. Kebutuhan akan hal-hal yang menyejukkan jiwa dan keinginan untuk menemukan kembali makna-makna agama menjadi dorongan kuat untuk melakukan perjalanan wisata religi. Berbagai kegiatan keagamaan seperti kajian pemuda hijrah diyakini dapat mengembalikan nilai-nilai keagamaan yang hilang tersebut. Kajian pemuda hijrah juga menjadi corak baru wisata religi di Kota Bandung. Karena wisata religi secara esensial bukan hanya mengunjungi ritual keagamaan seperti ziarah-ziarah, atau melihat bangunan yang memiliki gaya arsitektur keagamaan. Akan tetapi yang terpenting bagaimana individu tersebut memperoleh kembali nilai-nilai spiritualnya, sehingga individu memperoleh ketenangan jiwa (Collins, 2020).

(v) Membagikan kajian pemuda hijrah melalui media sosial

Berkembangnya media sosial sebagai saluran ekspresi individu dalam masyarakat, meningkatkan keinginan seseorang untuk membagikan aktifitasnya dalam media sosial. Tidak terkecuali dengan kajian pemuda hijrah. Kajian ini menjadi semakin besar karena menggunakan media sosial sebagai media dakwah. (Rahman dkk., 2018), (Musahadah dan Triyono, 2019). Para pengikut yang merupakan generasi milenial kemudian membagikan ulang kajian tersebut. Sehingga kajian ini menjadi viral dan mendatangkan lebih banyak pengikut lainnya. Media sosial memang bukan hanya media untuk mempromosikan pariwisata atau gerakan sosial, jika tanpa inisiatif dari masyarakat banyak. Dua faktor yang menyebabkan besarnya gerakan ini dan meningkatkan wisata religi ini adalah masifnya masyarakat menggunakan media sosial untuk mempromosikan gerakan ini.

Gerekan pemuda hijrah menjadi salah satu pengembangan wisata religi karena didukung oleh aspek kesiapan kepariwisataan, seperti:

a. Segmentasi

Generasi milenial sebagai kelompok masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap pariwisata selalu terbuka terhadap perkembangan zaman serta memiliki ketertarikan untuk mencoba hal baru, khususnya wisata religi berbasis gerakan hijrah.

b. Lokasi dan Aksesibilitas

Masjid Al Lathiif dan Masjid Trans Studio Mall berada di pusat kota sehingga aspek strategis ini menjadi daya dukung yang memudahkan para jamaah dari Bandung maupun luar Bandung untuk datang melakukan wisata religi. Untuk datang ke lokasi, bisa menggunakan transportasi pribadi atau umum baik offline maupun online.

c. Atraksi

Terdapat berbagai aktivitas seperti kajian keislaman dengan materi yang menarik dan mendatangkan para influence penggerak hijrah seperti mantan ketua geng motor yang hijrah, adapula program tahsin Al-Quran, charity, shift ulin yaitu program dakwah sambil bermain seperti main basket, skateboard, dan lain-lain.

d. Fasilitas

Masjid dibuka 24 jam bagi anak muda yang ingin berteduh dan beribadah di rumah Allah. Selain itu desain masjid yang modern memiliki ketertarikan tersendiri bagi generasi milenial, selasar masjid dijadikan tempat “nongkrong” dalam artian share ilmu agama, halaman masjid dijadikan tempat bermain skateboard. Fasilitas antimainstream tersebut menjadi daya tarik bagi generasi milenial karena Majelis Talim tidak bersifat kaku.

e. Jasa/ layanan

Para pengurus Masjid gerakan pemuda hijrah selalu terbuka bagi para jamaah bilamana mereka berencana untuk menginap di masjid. Mereka membimbing jamaah yang memiliki keinginan untuk melakukan hijrah. Gerakan sosial baru yang memperjuangkan identitas keagamaan melalui kajian di suatu daerah, mempunyai trickle down effect (efek menetes ke bawah) yang menyebar ke dalam lapisan masyarakat (Mathouraparsad dan Maurin, 2017). Dalam skala mikro, identitas keagamaan akan semakin diterima oleh individu-individu. Sementara dalam skala makro suatu daerah akan berkembang pesat, meningkatkan keramaian, membuka lapangan pekerjaan dan lain sebagainya. Pengembangan wisata religi gerakan pemuda hijrah memiliki dampak positif terhadap kehidupan masyarakat, yaitu: (1) Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas lokal, (2) Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis serta pendistribusian merata kepada masyarakat, (3) Berorientasi kepada pengembangan wisata berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi kepada teknologi kooperatif (4) Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin.

Dalam hal ini dampak positif dari adanya wisata religi gerakan pemuda hijrah diantaranya (1) adanya perubahan identitas para pengunjung gerakan pemuda hijrah, yaitu generasi milenial yang lebih taat agama, (2) meningkatnya pendapatan para pedagang, toko ataupun tempat kuliner disekitar Masjid Al-Lathiif yang menjadi markas gerakan pemuda hijrah karena dikunjungi para generasi milenial yang akan atau telah melaksanakan kajian pada gerakan pemuda hijrah, (3) gerakan pemuda hijrah dalam aktifitas sosialnya, mencoba menggaet para pelaku usaha mikro, seperti tukang cukur untuk berkontribusi pada salah satu gerakan sosial yaitu cukur gratis pada jamaah yang datang ke masjid, hak tersebut sebagai bentuk kolaborasi dari adanya trickle down effect sehingga memberikan sebuah hubungan sosial saling menguntungkan (simbiosis mutualisme) dalam memajukan pelaku usaha serta mempromosikan gerakan hijrah, (4) para penggerak, mencoba mengoptimalkan geliat



gerakan hijrah dengan membuka menjual buah tangan bernuansa islami, seperti kaos dengan pesan dakwah. Selain itu optimalisasi sektor pariwisata tercermin dari pengembangan atraksi kekinian yang menjamah generasi milenial seperti kegiatann charity, shift ulin yaitu program dakwah sambil bermain seperti main basket, skateboard, dan lainlain. Implikasi dari adanya gerakan pemuda hijrah membawa dampak positif pada kekuatan pembentukan identitas baru generasi milenial, sebagai pemuda yang mdapat memajukan identitas bangsa. Ghiroh/ semangat dalam membangun gerakan hijrah ini memberikan banyak efek domino terhadap sektor parasiswa, sehingga menjadi khazanah baru di bidang pariwisata syariah (Rahmat, 2020).

#### 4. KESIMPULAN

Gerakan sosial baru memiliki model yang berfokus pada bagaimana gerakan sosial dalam bentuk konsep budaya yang mencakup nilai, kepercayaan, dan identitas sosial. Gerakan pemuda hijrah telah menjadi pola gerakan sosial baru yang dilakukan generasi milenial dengan pengemasan ideologi keagamaan dalam gerakan sosial yang dibangun dalam kehidupan bermasyarakat. Gerakan pemuda hijrah membangun identitas baru sebagai generasi milenial yang gaul namun tetap taat pada agama. Dampak dari gencarnya gerakan pemuda hijrah melahirkan sebuah fenomena baru berbentuk wisata religi atau wisata yang bermotif spiritual. Pasalnya banyak jamaah yang datang dari luar kota dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan rohani dalam bentuk wisata religi. Kajian mengenai wisata religi gerakan pemuda hijrah dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya sumber informasi media sosial, kebutuhan ilmu agama, ketertarikan terhadap aktifitas gerakan pemuda hijrah, mendatangi lokasi wisata lain di Kota Bandung serta menyebarkan ulang hasil kajian dari wisata religi di media sosial. Impilkasi dari adanya gerakan sosial baru dalam bentuk gerakan pemuda hijrah mempunyai trickle down effect (efek menetes ke bawah) yang menyebar ke dalam lapisan masyarakat pada skala mikro, identitas keagamaan akan semakin diterima oleh individu-individu, sementara dalam skala makro dapat melestarikan identitas lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar serta bagi pemerintah gerakan pemuda hirjah ini menjadi khazanah baru di bidang pariwisata syariah.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Addini, A. (2019). Fenomena gerakan hijrah di kalangan pemuda muslim sebagai mode sosial. *Journal of Islamic Civilization*, 1(2), 109–118.
- Astor, A., dan Mayrl, D. (2020). Culturalized religion: A synthetic review and agenda for research. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 59(2), 209–226.
- Collins, N. (2020). Religion and tourism: A diverse and fragmented field in need of a holistic agenda. *Annals of Tourism Research*, 82(1), 1-22.
- Della Porta, D., dan Pavan, E. (2017). Repertoires of knowledge practices: Social movements in times of crisis. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 12(4), 297-314.
- Martiny, S. E., dan Nikitin, J. (2019). Social identity threat in interpersonal relationships: Activating negative stereotypes decreases social approach motivation. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 25(1), 117-128.

- Mathouraparsad, S., dan Maurin, A. (2017). Measuring the multiplier effects of tourism industry to the economy. *Advances in Management and Applied Economics*, 7(2), 123–157.
- Milton-Edwards, B. (1992). The concept of jihad and the Palestinian Islamic movement: A comparison of ideas and techniques. *British Journal of Middle Eastern Studies*, 19(1), 48–53.
- Mulyono, M. (2017). The problems of modernity and identity in globalization era. *Journal of Maritime Studies and National Integration*, 1(2), 106–111.
- Musahadah, Z. S., dan Triyono, S. (2019). Fenomena hijrah di Indonesia: Konten persuasif dalam Instagram. *RETORIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 12(2), 117-127.
- Noor, I. (2019). Globalization, nation-state, and local identity a study of an affair between the movement of religious formalization and the discourse of local identity in Kalimantan Selatan. *Asia-Pacific Journal on Religion and Society*, 2(2), 96-111.
- Rahman, T., Nurnisya, F. Y., Nurjanah, A., dan Hifziati, L. A. I. L. I. A. (2021). Hijrah and the articulation of islamic identity of indonesian millenials on Instagram. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(2), 154-170.
- Rahmat, A. (2020). Melacak khazanah pendidikan pada masa Nabi Muhammad SAW: Studi analisis sosial terhadap strategi pembelajaran. *Kariman: Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, 8(1), 55-66.
- Rimet, R. (2019). Strategi pengembangan wisata syariah di Sumatera Barat: Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 50-61.
- Saputra, S., Pujiati, dan Simanihuruk, M. (2020). Pengemasan ideologi dalam gerakan hijrah (Studi kasus Gerakan Komunitas Sahabat Hijrahku di Medan). *Civic-Culture: Jurnal Ilmu Pendidikan PKn Dan Sosial Budaya*, 4(1), 287–300.