

## Abstrak

Fenomena hijrah di kalangan pemuda yang ditunjukkan melalui beragam kampanye pada media sosial melibatkan wacana keagamaan di kehidupan sehari-hari. Salah satunya hijrah tentang relasi laki-laki dan perempuan dalam menjalin sebuah hubungan. Terlihat keberadaan akun-akun seperti Indonesia Tanpa Pacaran, Gerakan Nikah Muda, Jomblo Fissabilillah dan lainnya yang mengakomodir sejumlah pengguna media sosial hingga membentuk komunitas. Tidak hanya itu popularitasnya kian menjadi tren di dunia maya atas orientasi seruan serta ajakan yang persuasif. Kekhawatiran muncul dan sekaligus merupakan titik awal permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini antara lain tentang kampanye nikah di usia muda yang dianggap sebagai solusi sebuah hubungan agar terhindar dari ‘ke sia-sia an’ akibat dari hubungan yang tidak halal. Oleh karena itu penelitian ini membahas tentang pemaknaan akun @gerakannikahmuda itu sendiri akan sejauh mana pada ranah media sosial Instagram, serta seberapa persuasif dalam menentukan pilihan seseorang (yang menjadi pengikut akun tersebut) untuk mengambil keputusan hijrah dalam hal ini menikah di usia muda. Penelitian ini menggunakan metode *blended netnography* karena membutuhkan ruang *cyber* internet sebagai lapangan penelitian serta perlu data langsung juga dari kehidupan nyata. Untuk melihat interaksi pada ruang *cyber* maka dianalisis melalui topik modelling *Latent Dirichlet Allocation* (LDA). Hasil dari penelitian ini adalah akun @gerakannikahmuda membawa wacana yang mendramatisasi tentang makna pernikahan, selain itu pendistorsian makna pada media sosial membuat para pengikutnya memaknai secara ‘instan’ terhadap isu menikah di usia muda. Meskipun demikian pilihan terhadap keputusan untuk menikah belum termediatisasi secara sempurna, sebab terdapat berbagai pertimbangan yang dilakukan sebelum menikah. Namun mediatisasi disisi lain telah membawa proses pergeseran peran agama di ruang publik.

Kata kunci: nikah muda, hijrah, pemuda, media sosial.

## **Abstract**

The phenomenon of emigration among young people shown through various campaigns on social media involves religious discourse in daily life. One of them is moving about a relationship between men and women in a relationship. The existence of accounts such as Indonesia Tanpa Pacaran, Gerakan Nikah Muda, Jomblo Fissabilillah, and others that accommodate a number of users of social media to form a community. Not only that, but its popularity is also increasingly becoming a trend in cyberspace over the orientation of the appeal and persuasive invitation. Concerns arise and at the same time are starting points for problems to be examined in this study, among others, about marriage campaigns at a young age which are considered as solutions to a relationship in order to avoid 'too vain' as a result of illicit relationships. Therefore, this study discusses the meaning of the account @gerakannikahmuda account itself to the extent of the Instagram social media, as well as how persuasive in determining the choice of someone (who is a follower of the account) to make a hijrah decision, in this case, getting married at a young age. This research uses the blended netnography method because it requires cyber internet space as a research field and also needs direct data from real life. To see interactions in cyberspace, it is analyzed through the topic of Latent Dirichlet Allocation (LDA) modeling. The result of this research is the account @gerakannikahmuda brings a dramatize discourse about the meaning of marriage, besides distorting the meaning on social media makes his followers interpret 'instant' to the issue of marriage at a young age. Even though, the choice of the decision to get married has not been fully infantile, because there are various considerations made before marriage. But mediation on the other hand has brought about a process of shifting the role of religion in the public sphere.

**Keywords:** young marriage, hijrah, youth, social media.