

BAB VI

PENUTUP

Penelitian ini berangkat dari latar belakang meningkatnya religiusitas masyarakat. Peningkatan religiusitas masyarakat, ditandai dengan munculnya beragam simbol Islam ke dalam kehidupan sehari-hari. Tren peningkatan religiusitas di masyarakat secara nyata dapat dilihat dari kemunculannya berbagai gerakan-gerakan sosial keagamaan. Gerakan sosial keagamaan yang lebih sering disebut sebagai gerakan fundamentalisme yang merupakan salah satu respon masyarakat terhadap lemahnya peran agama di dalam masyarakat. Salah satu gerakan sosial keagamaan yang ada dan aktif berkegiatan di tengah masyarakat adalah gerakan hijrah riba.

Hijrah riba merupakan bagian dari fenomena hijrah yang terjadi di masyarakat Islam di Indonesia. Tren hijrah menjadi salah satu jalan hidup bagi seorang muslim. Tren hijrah yang muncul pada masyarakat perkotaan disebabkan oleh perkembangan dunia digital serta media sosial secara signifikan. Media sosial memegang peranan penting tersebarnya informasi keagamaan secara massif dan luas. Masyarakat bisa dengan mudah mengakses media sosial untuk menyebarkan, mendapatkan, atau memproduksi teks ke dalam sebuah unggahan di media sosial.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan dan digemari oleh masyarakat Indonesia. Instagram menawarkan fasilitas kepada para pengguna untuk membuat unggahan berupa foto dan video dengan dilengkapi fasilitas pembuatan keterangan unggahan (*caption*). Setiap orang bisa mengakses dan membuat akun, serta membuat unggahan secara bebas dengan gawai yang

dimiliki. Selain itu, para pengguna juga bisa dengan bebas mengonsumsi foto atau video yang diunggah oleh para pengguna yang lain kapanpun dan di manapun tanpa batasan, kecuali pengguna yang menerapkan status *private* untuk akun Instagramnya yang hanya bisa dilihat dan diakses oleh pengguna yang telah menjadi pengikutnya (*followers*).

Instagram telah menjadi media sosial yang digunakan untuk berbagai macam kepentingan, mulai dari *sharing* kegiatan sehari-hari, promosi, jualan produk, kampanye, dakwah Islam, dan kepentingan lain baik kepentingan individu, kelompok, maupun golongan. Media sosial Instagram telah banyak digunakan untuk kegiatan dakwah Islam. Salah satu yang menggunakan media sosial Instagram untuk berdakwah adalah komunitas Xbank Indonesia yang berfokus terhadap gerakan hijrah riba, serta kampanye untuk menghindari riba kepada masyarakat luas. Unggahan-unggahan yang dibuat oleh komunitas Xbank Indonesia melalui akun media sosial Instagram @xbank.indonesia bertujuan untuk mengajak para pekerja lembaga keuangan konvensional secara khusus untuk hijrah dari praktik riba yang dilakukan di lingkungan tempat bekerjanya, serta untuk mengajak masyarakat secara umum menghindari transaksi-transaksi yang bersentuhan dengan riba.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan pembentukan wacana gerakan hijrah riba yang digalakkan oleh komunitas Xbank Indonesia melalui unggahan-unggahan di media sosial Instagram dengan menggunakan akun @xbank.indonesia. Unggahan-unggahan akun media sosial Instagram @xbank.indonesia memiliki pesan ajakan untuk hijrah dari riba. Selain itu, juga

terdapat makna tersembunyi dari proses produksi teks hingga akhirnya dipublikasikan melalui Instagram. Dengan melakukan analisis teks pada unggahan akun media sosial Instagram @xbank.indonesia yang menggunakan tanda pagar (*hashtag*) #xbank_ceritaku, analisis pada kognisi sosial, dan analisis pada konteks sosial, serta dengan menggunakan teori gerakan sosial baru dan teori kritis maha hasil penelitian ini mampu menjawab pertanyaan penelitian.

6.1 Kesimpulan

1. Strategi wacana yang digunakan produsen teks gerakan hijrah riba, yaitu dengan memanfaatkan struktur makro, superstruktur, struktur mikro dalam teks unggahan, dan menggunakan pembingkai budaya (*cultural framing*) melalui 3 tahapan; 1) *diagnostic framing*: tahapan mendefinisikan masalah dan sumber masalah. Masalah yang dideskripsikan produsen teks seputar masalah riba menyebabkan musibah dan ketakutan tidak mendapatkan pekerjaan setelah hijrah riba; 2) *prognostic framing*: tahap memberikan jalan keluar dari sebuah masalah, atau rencana untuk menyelesaikan masalah, serta strategi yang harus dijalankan. Solusi yang ditawarkan produsen teks yaitu tidak menunda niat untuk hijrah riba, membuka usaha sambil berusaha mencari pekerjaan lainnya, dan memperbanyak sumber ilmu tentang riba; 3) *motivational framing*: tahap pemaparan alasan kepada khalayak untuk terlibat dalam gerakan sosial untuk memperbaiki keadaan. Beberapa alasan yang diungkapkan produsen teks, yaitu: mensegerakan niat hijrah riba sebelum kematian datang, adanya jaminan rezeki dari Allah SWT, dan adanya musibah yang diakibatkan oleh praktik riba.

2. Proses kognisi sosial yang terjadi pada produsen teks dalam memproduksi teks gerakan hijrah riba menunjukkan adanya pengaruh pandangan, kepercayaan dan prasangka yang dimiliki oleh produsen teks. Pandangan, kepercayaan, dan prasangka produsen teks didapatkan dari pengalaman ketika bekerja pada lembaga keuangan konvensional. Selain itu, ajaran agama yang diyakini oleh produsen teks juga turut serta memberikan pengaruh terhadap pandangannya tentang praktik bunga bank yang saat ini berlaku. Ditambah adanya fatwa yang dikeluarkan oleh MUI tentang bunga bank yang dinyatakan sebagai sesuatu yang haram. Pandangan, kepercayaan, dan prasangka yang dimiliki oleh produsen teks digunakan oleh produsen teks untuk membuat justifikasi kepada para pekerja di lembaga keuangan konvensional, bahwa yang mereka geluti merupakan bentuk dukungan terhadap praktik riba sebagaimana praktik riba yang terjadi pada zaman Nabi Muhammad SAW.
3. Dalam konteks sosial, dimensi kekuasaan dan dimensi akses menjadi salah satu faktor pendukung yang memberi pengaruh terhadap wacana gerakan hijrah riba. Dimensi kekuasaan dalam konteks gerakan hijrah riba ini berupa kekuasaan ajaran agama Islam terhadap pemeluk agama Islam. Gerakan hijrah riba membawa ideologi neo-revivalisme, yaitu sebuah ideologi yang berusaha untuk mengembalikan Islam seperti masa lalu. Neo-revivalisme Islam kepada kepada umat Islam untuk menuju kepada kemurnian ajaran yang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist. Sedangkan dimensi akses, memberikan jalan kepada produsen teks untuk berkuasa

terhadap para *followers* akun media sosial Instagram @xbank.indonesia. Akses yang dimiliki produsen teks berupa akses perencanaan, akses setting, akses kontrol.

6.2 Saran

6.3.1 Saran Teoritis

Peneliti memberikan saran pada penelitian lanjutan di masa mendatang dengan objek teks media sosial, untuk bias memastikan bahwa teks yang diteliti tidak hilang pada saat diteliti. Penggunaan teknik analisis wacana kritis pada penelitian teks di media sosial hendaknya bias disesuaikan dengan kondisi teks yang dijadikan objek penelitian. Penggunaan teori dalam penelitian teks di media sosial juga bisa disesuaikan dengan tujuan penelitian serta, agar teori dapat menjelaskan fenomena yang hendak diteliti.

6.3.2 Saran Praktis

Peneliti hendak memberikan saran kepada pengguna media sosial, untuk dapat mempergunakan media sosial sesuai dengan tujuan yang hendak diinginkan. Wacana-wacana yang tersebar di media sosial perlu untuk dikonfirmasi dengan sumber-sumber yang lebih valid, misalnya : kitab suci, ajaran agama, buku, jurnal penelitian, dan sumber lainnya. Para pengguna media sosial dapat memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan ajaran dan ajakan kebaikan yang didasarkan keyakinan dan sumber ajaran agama yang sesuai.

6.3.3 Saran Sosial

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbang saran kepada masyarakat untuk lebih *aware* terhadap dunia perbankan di Indonesia, terutama yang menyangkut

praktik pembungaan dengan tetap memegang keyakinan agama yang dijalankan. Meskipun perdebatan tentang bunga bank masih terjadi, namun masyarakat bisa menentukan pegangan terhadap suatu perbedaan pemahaman ajaran agama.