

KEPANIKAN MORAL DAN DAKWAH ISLAM POPULER (Membaca Fenomena ‘Rohis’ di Indonesia)

Najib Kailani

Pusat Studi Sosial Asia Tenggara (PSSAT) Universitas Gadjah Mada
najibkailani@gmail.com

Abstract

The phenomenon of Islamic spirituality in campus turns out to not only be a political and preaching movement, but is also related to “moral panic” that overwhelms the Indonesian society, especially after a massive penetration of Western and East Asian pop culture. This article is the result of an intensive research involving a number of Senior High Schools students in Yogyakarta in 2008-2009. It was found that the flood of pop culture since the 1970s have produced a counter reaction i.e. pop as a counter culture to the Islamic circle. Worries about the “ghost” of pop culture among adolescent are shown in a guidance book of Islamic preaching in school. Such moral panic recently caused the proselytizing movement in school or popularly called ‘Rohis’ to become more popular among Indonesian Moslem adolescent.

Abstrak

Fenomena kerohanian Islam ternyata bukan hanya sebatas gerakan politik dan dakwah di sekolah-sekolah, namun fenomena ini ternyata terkait erat dengan “moral panics” (kepanikan moral) yang melanda masyarakat Indonesia terutama setelah budaya pop Barat dan Asia Timur mulai masuk. Penelitian ini dilakukan terhadap beberapa siswa di sekolah menengah umum di Yogyakarta tahun 2008-2009

yang terlibat aktif dalam kegiatan Rohis. Hasilnya, budaya pop yang merambah Indonesia sejak tahun 1970-an ternyata telah menimbulkan reaksi dengan munculnya budaya pop tandingan yang datang dari kalangan Islam. Kekhawatiran akan “hantu” budaya pop di kalangan remaja ‘ditangkis’ dengan intensifikasi dakwah Islam di kalangan pelajar, sehingga berdirilah kantong-kantong dakwah kampus yang bernama Rohis. Kepanikan moral inilah yang membuat gerakan dakwah sekolah atau Rohis menjadi populer di tengah remaja Muslim Indonesia.

Kata Kunci: Rohis, *moral panic*, remaja, budaya populer, dakwah kampus

A. Pendahuluan

Tiga siswa sekolah menengah atas berencana membuat kejutan untuk sekolah menjelang akhir masa studi mereka. Setelah berdiskusi panjang lebar, mereka akhirnya memutuskan membuat sebuah film dokumenter tentang sekolah. Syuting pun dimulai. Tiga remaja ini berupaya mendokumentasikan semua geliat “dunia sekolah” mereka dari masalah pacaran, tawuran, bolos sekolah, hingga narkoba dan tak luput pula dinamika keberagaman siswa yang disebut *Kerohanian Islam* (Rohis). Dalam satu adegan digambarkan bagaimana mereka mewawancarai seorang siswa aktivis Rohis di sekolah. Sosok siswa tersebut ditampilkan memakai “kopiiah haji” dan selalu aktif di musalla sekolah. Ketika ia ditanya mengapa rajin shalat, dengan logat bahasa Indonesia yang kearab-araban seperti *ane*, *ente* dan *afwan* aktivis Rohis tersebut menjawab, “Shalat itu mencegah kita dari perbuatan keji dan mungkar.” Selanjutnya diilustrasikan bagaimana ketiga siswa bersama aktivis Rohis itu melaksanakan shalat di musalla sekolah secara berjama’ah.

Sketsa di atas diambil dari sebuah film garapan Hanung Bramantyo berjudul “Catatan Akhir Sekolah” yang diluncurkan pada tahun 2005. Film ini tidak secara khusus membahas Rohis, melainkan memotret dinamika remaja di lingkungan SMA. Meski demikian, fenomena Rohis tampaknya merupakan hal penting yang tidak bisa dilewatkan saat membicarakan kehidupan remaja di era

sekarang. Karena itu, film “Catatan Akhir Sekolah” memasukkan salah satu adegannya mengenai aktivitas Rohis di sekolah.

Tulisan ini mendeskripsikan fenomena Kerohanian Islam atau biasa disebut “Rohis” di kalangan remaja sekolah dan melacak konteks yang melatari fenomena tersebut, yaitu “*moral panics*” yang melanda masyarakat Indonesia terutama setelah budaya pop Barat dan Asia Timur mulai masuk dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari remaja Indonesia.

Meskipun fenomena Rohis bukan ihwal yang baru, sejauh penelusuran penulis, studi mengenai hal ini tampak masih minim dilakukan. Dua studi terbaru mengenai fenomena Rohis ditulis oleh Farid Wajidi¹ dan Hairus Salim, Najib Kailani dan Nikmal Azekiyah.² Dalam studinya, Farid Wajidi mendedahkan bahwa fenomena Rohis di Indonesia saat ini berkaitan erat dengan dinamika gerakan Islam di masa Orde Baru dan Reformasi. Dia menunjukkan bahwa situasi yang restriktif terhadap Islam politik di satu sisi dan adanya ruang bagi ekspresi kesalehan di masa Orde Baru di sisi yang lain telah membuat gerakan Islam kampus menuai kematangannya di era Reformasi. Gerakan dakwah ini tidak hanya merambah dunia politik praktis melainkan juga meluaskan medan dakwahnya ke sekolah-sekolah. Menurut Wajidi, pada konteks tertentu tidak ada yang salah dengan makin meningkatnya ekspresi keislaman di kalangan remaja sekolah sebagai efek dari massifnya gerakan dakwah di sekolah, namun pada kadar tertentu Wajidi menyebut bahwa dominasi Rohis di sekolah telah mendiskriminasi ekspresi kebebasan yang lain dan menurutnya ihwal ini bisa dalam konteks tertentu dapat memicu lahirnya intoleransi di kalangan remaja. Berbeda dengan studi Wajidi yang lebih menekankan pada “*structure*”, penelitian Hairus Salim, Najib Kailani dan Nikmal Azekiyah mengenai tiga SMUN di Yogyakarta menunjukkan bahwa meski ada gejala intoleransi

¹ Farid Wajidi “Kaum Muda dan Pluralisme Kewargaan” dalam Zainal Abidin Bagir dkk., *Pluralisme Kewargaan: Arah Baru Politik Keragaman di Indonesia* (Jakarta: CRCS-Mizan, 2011), h. 89-113.

² Hairus Salim HS., Najib Kailani dan Nikmal Azekiyah, *Politik Ruang Publik Sekolah: Negosiasi dan Kontestasi di SMUN Yogyakarta* (Yogyakarta: Monograf CRCS UGM), 2011.

di kalangan siswa akibat dominasi Rohis dalam kegiatan sekolah, namun siswa-siswi tampak selalu menegosiasikan, bahkan mengontestasikan identitas mereka berhadapan dengan dominasi Rohis tersebut di ruang publik sekolah. Dengan kata lain, ada dimensi “*agency*” yang membuat siswa selalu mempertanyakan, bahkan menolak praktik-praktik keislaman Rohis yang mereka anggap dominan dan terkadang “konservatif”.

Walaupun dua studi di atas relatif telah memberikan gambaran yang utuh mengenai Rohis dan praktik Rohis serta respon siswa terhadapnya di sekolah, namun dua studi tersebut belum banyak menyentuh “*moral panics*” atau kepanikan moral yang menjadi salah satu faktor penting dalam massifikasi gerakan dakwah Islam di kalangan remaja pada satu sisi dan penerimaan pesan-pesan dakwah tersebut di sisi yang lain. Massifnya budaya pop Barat dan Asia Timur yang menawarkan dan menampilkan kode-kode pergaulan remaja sebagaimana terpampang pada majalah remaja, novel, film dan komik sejak tahun-tahun 80an akhir merupakan salah satu faktor yang membuat remaja, orang tua dan pihak sekolah menerima eksistensi dakwah sekolah sebagai alternatif menangkal efek negatif budaya pop tersebut. Tulisan ini akan memaparkan fenomena budaya pop yang masuk dan membanjiri kehidupan remaja Indonesia sejak tahun 80-an, kemudian mendeskripsikan fenomena Rohis dalam konteks “*moral panics*” terhadap serbuan budaya pop Barat dan Asia Timur. Tulisan ini berdasarkan pada penelitian lapangan yang saya lakukan di tahun 2008-2009 di beberapa siswa di sekolah menengah umum di Yogyakarta.

B. Budaya Pop dan Budaya Pop Islam di Indonesia: Upaya Pembacaan Konteks

Sejak tahun 1970-an sampai 1980-an pertumbuhan ekonomi dan perubahan sosial budaya di Indonesia tampak sangat signifikan seiring dengan urbanisasi yang massif. Pada tahun-tahun tersebut media massa seperti film, majalah dan musik pop mulai berkembang pesat dengan menarget kelas menengah terdidik Indonesia. Hatley³

³ Barbara Hatley, “Cultural Expression” in Hall Hill (ed.) *Indonesia's New Order: The Dynamics of Socio-Economic Transformation* (Australia: Allen&Unwin 1994), h. 238-239.

mengidentifikasi beberapa media yang telah diterbitkan sekitar tahun-tahun tersebut antara lain majalah *Tempo*, *Femina*, *Kartini* dan *Sarinah* serta beberapa majalah yang mengangkat tema khusus serta target pembaca yang khusus pula seperti majalah mengenai cara memperindah rumah, bisnis, olahraga dan bahkan majalah *Playboy*-nya Indonesia seperti *Matra*. Selain itu, beberapa majalah pop yang menarget remaja sebagai pembacanya juga mulai membanjiri pasar remaja seperti *Kawanku*, *Gadis*, *Aneka*, *Hai* dan *Anita Cemerlang*. Majalah-majalah remaja ini menyajikan dan mempromosikan budaya anak muda yang merujuk pada budaya pop Barat seperti fashion terbaru, gosip selebriti, musik dan film. Majalah-majalah ini tentu saja kemudian menjadi rujukan kode pergaulan remaja Indonesia.⁴

Di samping mencuatnya majalah pop remaja, sepanjang tahun 1970-an sampai 1980-an juga diwarnai oleh marak dan populernya novel-novel pop di tengah kaum muda urban. Novel-novel ini menampilkan cerita dengan *setting* dan problem kelas menengah seperti tampak pada karya Yudhistira Ardi Nugraha, *Arjuna Mencari Cinta* atau karya Ashadi Siregar, *Cintaku di Kampus Biru*. Selain dua penulis tersebut juga ada beberapa novelis populer yang konsen mengangkat tema-tema remaja urban seperti Freddy S., Marga T. dan Motinggo Busye⁵. Meskipun menampilkan problem masyarakat urban termasuk di dalamnya perubahan sosial-budaya yang dialami orang-orang yang berpindah dari wilayah rural ke urban, karya-karya novel pop ini juga selalu menyisipkan cerita seks yang membara dengan *setting* remaja perkotaan. Di samping novel-novel pop yang banyak mengeksploitasi seksualitas, terdapat sebuah novel trendi dengan genre agak berbeda dengan karya-karya sebelumnya yang juga menarik minat banyak remaja di tahun 1980-an yaitu *Lupus* karya Hilman Hariwijaya. Mulanya karya ini merupakan cerita bersambung di majalah *Hai* yang ditujukan kepada pembaca laki-laki⁶.

⁴ Suzie Handajani, "Globalizing Local Girls: The Representation of Adolescents in Indonesian Female Teen Magazines" (*Master thesis*, The University of Western Australia. 2005), h. 87.

⁵ Barbara Hatley, "Cultural Expression" in Hall Hill (ed.) *Indonesia's New Order: The Dynamics of Socio-Economic Transformation* (Australia: Allen&Unwin, 1994), h. 246.

⁶ Krishna Sen dan David T. Hill, *Media, Culture and Politics in*

Selain itu, di akhir 1980-an film-film lokal juga membanjiri penonton remaja Indonesia seperti *Catatan si Boy*. Film ini bercerita tentang tokoh yang bernama Boy, seorang pelajar SMA yang cerdas dengan latar belakang keluarga kelas atas Indonesia. Boy memiliki mobil mewah dan pacar yang cantik. Ia juga digambarkan selalu memakai pakaian mode terbaru dan berbicara dalam bahasa campuran Jakarta-Inggris seperti “*gue*”, “*you*” yang dalam istilah Sen dan Hill disebut dengan bahasa “Engdonesian”—English-Indonesia. Menurut Sen dan Hill, baik *Lupus* maupun *Boy* dapat dihubungkan dengan munculnya pasar remaja yang merupakan gambaran pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan kelas menengah dan atas di tahun 1980-an di Indonesia. Pendeknya, Sen dan Hill mengatakan bahwa karakterisasi *Lupus* dan *Boy* telah membuat jalan bagi remaja Indonesia untuk menjadi bagian dari masyarakat konsumsi (*consumer society*).⁷

Sementara itu, komik Barat dan Jepang juga telah menjadi bagian dari budaya remaja Indonesia. Di tahun 1980-an koran *Sinar Harapan* menerbitkan komik Prancis *Asterix* dan *Mexican Minim*. Selanjutnya keduanya diterbitkan oleh Pustaka Sinar Harapan. Di tahun 1990-an komik Jepang seperti *Dragon Ball*, *Doraemon*, *Sailor Moon* juga telah membanjiri dan menarik minat banyak remaja Indonesia.⁸ Komik-komik tersebut makin populer di tengah remaja Indonesia, khususnya saat beberapa televisi swasta mulai berdiri.⁹ Televisi swasta pertama yang menayangkan animasi *Doraemon* adalah RCTI yang kemudian disusul dengan penayangan *Dragon Ball*. Situasi inilah yang membuat *manga* Jepang menjadi sangat populer di kalangan pembaca dan penonton remaja Indonesia. Menurut Saya Shiraishi¹⁰ yang mengutip sebuah survey yang dilaksanakan selama seminggu dari tanggal 24 April sampai 30 April 1994, *Doraemon* merupakan program anak-anak

Indonesia (London: Oxford University Press, 2000), h. 33-34.

⁷ *Ibid.*, h. 153-154.

⁸ *Ibid.*, h. 30-31.

⁹ Lihat, Philip Kitley, *Television, Nation and Culture in Indonesia* (Ohio: Ohio University Center For International Studies, 2000).

¹⁰ Saya Shiraishi, “Japan’s Soft Power: Doraemon Goes Overseas”, in Katzenstein and Shiraishi (ed.) *Network Power: Japan and Asia* (Ithaca and London: Cornell University Press, 1997), h. 264.

terfavorit di beberapa kota besar di Indonesia termasuk Medan, Jakarta, Surabaya dan Semarang.

Ringkasnya, sepanjang tahun 1970-an sampai awal tahun 1990-an Indonesia ditandai dengan maraknya budaya pop yang mengepung kehidupan remaja seperti majalah, novel pop, film dan komik yang pada gilirannya telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari remaja, khususnya dalam pembentukan kode-kode pergaulan remaja di Indonesia.

Membanjirnya budaya pop yang menghantam remaja sejak tahun 1970-an sampai 1990-an bagaimanapun telah membuat sebagian kalangan Muslim khawatir. Mereka berasumsi bahwa budaya pop telah menampilkan dan mengajak remaja untuk mengadopsi budaya Barat yang negatif seperti pakaian seksi, hubungan di luar nikah sebagaimana tergambar di film-film Hollywood dan MTV. Kondisi ini pada akhirnya membuahkan “*moral panics*” sebagaimana tergambar di media-media Muslim.¹¹ Sebagai contoh, hampir semua majalah Muslim seperti *Sabili* dan *Suara Hidayatullah* selalu menghadirkan isu Valentine Day menjelang 14 Februari. Mereka mengajak remaja Muslim untuk tidak merayakan hari Valentine sebab maknanya yang mengundang remaja untuk mengekspresikan daya tarik seksual mereka kepada lawan jenis secara bebas. Majalah-majalah ini biasanya berpandangan bahwa hari Valentine adalah berasal dari tradisi Barat yang tidak ada pijakannya dalam tradisi Islam. Mereka melarang remaja Muslim untuk merayakan hari Valentine bukan saja karena “asal-usulnya” tersebut, melainkan terutama bahaya yang akan menerpa remaja kala merayakannya seperti yang diwartakan oleh media-media pop.¹²

¹¹ Dalam ilmu sosial kecemasan yang melanda masyarakat berkaitan dengan “hantu” budaya pop yang melanda kaum muda disebut dengan “*moral panics*.” Kaum muda dianggap sebagai resiko dan sumber resiko dalam kepanikan moral lihat Kenneth Thompson, *Moral Panics*, London and New York: Routledge, 1998 dan John Springhall, *Youth, Pop Culture and Moral Panics: Penny Gaffs to Gangsta-Rap 1830-1996* (New York: Palgrave Macmillan, 1999).

¹² Sebagai contoh majalah Suara Hidayatullah menurunkan laporan berjudul “Remaja Islam dikepung Valentine Day” <http://hidayatullah.com>. Diakses 26 Februari 2008.

Situasi “*moral panics*” yang menyelimuti sebagian kaum Muslim Indonesian ini pada gilirannya mendorong beberapa alumnus aktivis dakwah kampus untuk membuat sebuah majalah remaja yang menarget remaja Muslim sebagai pembacanya. Pada tahun 1991, beberapa aktivis dakwah kampus seperti Helvy Tiana Rosa dan Tadzkiatun Nafs Azzahra mendirikan majalah *Annida*. Dalam bahasa Arab *Annida* bermakna panggilan, ajakan atau seruan yang dalam konteks majalah *Annida* adalah seruan untuk wanita Muslimah agar mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran majalah *Annida* tidak hanya menjadi alternatif dari majalah-majalah remaja “sekuler” yang telah lama terbit dan menjadi bacaan remaja kala itu seperti *Aneka*, *Hai*, *Anita*, *Gadis*, melainkan juga menjadi alternatif dari majalah-majalah Muslim yang tampak keras seperti *Sabili* dan *Suara Hidayatullah*.¹³

Di awal terbitnya majalah ini menggunakan motto “Seruan Wanita Muslimah” (1991-1993). Kemudian berganti “Seri Kisah-kisah Islami Annida” (1993-2000). Pada edisi selanjutnya berubah lagi dengan “Sahabat Remaja Berbagi Cerita” (2000-2003). Disusul kemudian dengan “Cerdas, Gaul, Syar’i (mulai no. 15/XII 1-5 Mei 2003) dan terakhir dengan motto “Inpirasi tak bertepi”. *Annida* memfokuskan diri pada cerita pendek yang disisipi dengan pesan-pesan dakwah seperti ajakan untuk mengenakan jilbab dan menghindari pergaulan laki-laki-perempuan.

Sebagai majalah yang menarget pembaca remaja, *Annida* selalu mempertimbangkan kode-kode gaul remaja terkini terutama dalam menggunakan bahasa gaul remaja semisal “telmi” (telat mikir), “jorki” (jorok) dan lain-lain¹⁴ Meskipun demikian, penggunaan bahasa gaul di *Annida* berbeda dengan kebanyakan bahasa gaul di majalah pop remaja lainnya. *Annida* mengombinasikan antara bahasa (gaul) Indonesia dengan bahasa Arab seperti “jaiz” (jaga-izzah—atau wibawa), “syar’i dan trendi”, dan “haraki” (pergerakan). Dengan kata lain, *Annida* telah

¹³ Najib Kailani, “Jilbab Annida dan Identitas Remaja Islami,” *Tashwirul Afkar*, No. 20, 2006.

¹⁴ Studi mengenai bahasa gaul anak muda Indonesia bisa dilihat dalam Nancy Smith Hefner, “Youth Language, *Gaul* Sociability, and the New Indonesian Middle Class”, *Journal of Linguistic Anthropology*, vol. 17, Issue 2, Th. 2006.

menghadirkan dan mengemas Islam dengan pola budaya pop.

Menghadirkan cerpen-cerpen yang memuat pesan Islam yang khas seperti menyebut laki-laki dengan *ikhwan* dan perempuan dengan *akhwat*, majalah *Annida* mampu menarik minat kalangan remaja yang sedang haus bacaan segar dan gaul. Cerita-cerita tentang perempuan-perempuan yang memutuskan diri untuk berjilbab — dalam bahasa mereka disebut dengan *hijrah* — menghiasi lembaran-lembaran majalah ini. Di samping itu, majalah ini juga mengemas cerita-cerita tentang penindasan Israel di Palestina atau Islam di Maroko dalam kisah yang dikenal dengan bentuk *sastra epik*.

Berbeda dengan model majalah remaja yang terbit di tahun 90-an, *Annida* awal tampil dalam cover yang sederhana dengan gambar pemandangan, bunga, binatang, olah foto, ilustrasi tangan dan corak dekoratif dengan penekanan pada karya fiksi di samping juga rubrikasi tentang konsultasi remaja, remaja berprestasi *Annida* (RBA) dan komik strip Nida. Setelah *Annida* berganti motto dengan “Cerdas, Gaul, Syar’i”, *Annida* tampil lebih menarik. Covernya mulai menampilkan gambar foto model meski bukan dari kalangan artis seperti majalah remaja umumnya melainkan foto model remaja-remaja Muslim berprestasi *Annida*. Meskipun demikian, tidak sembarang model yang bisa tampil di *Annida*, ada kriteria tertentu yang dibuat *Annida*, yaitu modelnya harus orang yang punya integritas diri baik dari segi kesalehan pribadi maupun intelektualnya. Kalau perempuan harus berjilbab dan kalau laki-laki tidak merokok.¹⁵

Popularitas *Annida* di kalangan remaja juga tampak pada tiras penjualannya. Pada awalnya *Annida* hanya terbit satu kali sebulan dengan oplah kurang lebih 23 ribu eksemplar. Dalam perkembangannya *Annida* kemudian terbit dua kali sebulan

¹⁵ Penjelasan lebih detail mengenai *Annida* dan beberapa media Remaja Muslim lainnya bisa dibaca dalam Najib Kailani, “Muslimising Indonesian Youths: The Tarbiyah Moral and Cultural Movement in Contemporary Indonesia,” dalam Madinier, Remy (ed.), *Islam and the 2009 Indonesian Elections, Political and Cultural Issues: The Case of Prosperous Justice Party (PKS)* (Bangkok: Institut de Recherche sur l’Asie du Sud-Est Contemporaine [IRASEC], 2010).

dengan oplah rata-rata 45 ribu eksemplar setiap terbitnya. Dengan kata lain, tirus *Annida* mencapai 95 ribu eksemplar setiap bulannya.¹⁶ Popularitas *Annida* di kalangan remaja ini pada satu sisi dapat dipautkan dengan kekosongan majalah-majalah Islam yang menarget remaja dan di sisi lain berhubungan pula dengan massifnya gerakan dakwah yang ditebar oleh aktivis gerakan *Tarbiyah* di kalangan remaja SMA lewat institusi Kerohanian Islam (Rohis).

C. Dakwah Islam di Kalangan Remaja: Fenomena Rohis

Selain menerbitkan media Islam seperti *Annida*, para aktivis dakwah juga memperluas medan dakwah mereka ke sekolah-sekolah, terutama melalui pintu “Kerohanian Islam” atau Rohis. Kerohanian Islam (Rohis) adalah satu unit kegiatan siswa-siswi di lingkungan sekolah.¹⁷ Sesuai dengan namanya yang berlabel Islam, unit ini berhubungan dengan aktivitas keislaman siswa-siswi di sekolah. Rohis merupakan bagian dari struktur Organisasi Intra Sekolah (OSIS) yang mengurus acara-acara keislaman seperti perayaan Maulid Nabi Muhammad, Isra’ Mi’raj, Halal Bihalal dan juga acara-acara pengajian di sekolah.

Tidak ada informasi yang pasti mengenai kapan Rohis mulai menjadi bagian dari kegiatan sekolah. Beberapa cerita yang saya dapatkan dari orang-orang yang studi di bangku SMA di akhir tahun 80-an menyatakan kalau keberadaan Rohis sudah ada sejak tahun-tahun tersebut. Rohis adalah unit kesiswaan yang mengurus kegiatan keislaman. Salah seorang mantan ketua OSIS di salah satu sekolah favorit di Yogyakarta bercerita kalau unit Rohis sudah ada saat ia menjadi ketua OSIS di tahun 80-an. Menurutnya, saat itu Rohis bukanlah unit kegiatan yang eksklusif. Dia yang beragama

¹⁶ <http://users.boardnation.com/annida/index.php?board=1;action=display;threadid=2> diakses 30 November 2008.

¹⁷ Istilah Rohis pada awalnya dikenal di lingkungan aktivis dakwah kampus sebagai ruang aktivitas keagamaan di lingkungan kampus. Setelah gerakan dakwah mulai berkembang sampai menjangkau Sekolah Menengah Atas, istilah Rohis identik dengan kegiatan keagamaan di lingkungan SMU. Namun, saat sekarang Rohis juga mulai berkembang di level Sekolah Menengah Pertama.

Kristen Katolik selalu terlibat dalam acara-acara keislaman seperti mencari hewan kurban untuk dipotong di Idul Adha dan hari-hari besar Islam lainnya. Sebaliknya para aktivis Rohis juga membantu kegiatan-kegiatan keagamaan non-Islam di sekolah tersebut. Menurutnya fenomena eksklusivitas Rohis di SMUnya baru tampak di tahun 90-an, terutama sejak keterlibatan alumni sekolah yang aktif di lembaga dakwah kampus pada kegiatan keagamaan sekolah. Sejak saat itu, mulailah muncul kegiatan pengajian rutin, mentoring dan MABIT (Malam Bina Iman dan Takwa)¹⁸. Wajah sekolahnya pun pada gilirannya menjadi berbeda, para siswi mulai banyak yang mengenakan jilbab dan para siswa mulai memelihara jenggot, terjadi pemisahan antara laki-laki dan perempuan di dalam pertemuan-pertemuan, dan sebagainya.

Meskipun demikian, fenomena Rohis di atas lebih banyak terjadi di sekolah-sekolah umum, dalam arti bukan di bawah payung Departemen Agama seperti Madrasah Aliyah Negeri (MAN) atau pesantren. Hal tersebut bisa dipahami karena sekolah model ini sudah memberikan porsi lebih untuk pendidikan agama di kelas, sehingga tidak membutuhkan lagi kegiatan ekstra di luar kelas. Untuk kegiatan yang berkaitan dengan perayaan hari besar Islam dan lain sebagainya biasanya dikelola oleh seksi keagamaan di dalam kepengurusan OSIS.¹⁹

Namun, saat ini beberapa sekolah MAN sudah mempunyai unit kegiatan yang disebut Rohis. Perubahan ini tampaknya dilatari oleh perluasan target gerakan dakwah kampus sendiri yang mulai mempertimbangkan sekolah-sekolah berbasis agama Islam seperti MAN. “Persuaan” MAN dengan Rohis kebanyakan diawali dengan keterlibatan MAN dalam kegiatan-kegiatan tahunan para aktivis Rohis seperti Festival antarmasjid yang berisi lomba-lomba seperti adzan, melukis kaligrafi Arab dan membaca Al-Qur’an. Festival

¹⁸ *Mabit* sebenarnya berasal dari bahasa Arab yang berarti bermalam di suatu tempat. Namun, di kalangan aktivis Rohis istilah “mabit” diasosiasikan dengan kegiatan tausiyah, shalat malam dan renungan (*muhāsabah*). Istilah *mabit* kemudian diterjemahkan dengan “Malam bina Iman dan Takwa”.

¹⁹ Saat saya duduk di bangku sekolah MAN di tahun 1994/95-1996/97, tidak ada istilah Rohis di dalam struktur organisasi OSIS di sekolah, sehingga Rohis hampir bisa dikatakan sebagai hal yang baru saya kenal.

tahunan ini biasanya diadakan oleh forum komunikasi antarRohis yang merupakan jaringan Rohis antarsekolah. Festival tahunan ini mengundang organisasi-organisasi Islam setingkat SMA di mana pada gilirannya menjadi bagian dari jaringan Rohis antarsekolah tersebut.

Seorang pengurus OSIS di salah satu sekolah MAN favorit pada awal tahun 90-an di Yogyakarta menceritakan kepada saya bahwa pada saat dia sekolah dulu, Rohis masih belum ada dalam struktur OSIS. Meskipun demikian, kegiatan-kegiatan keagamaan seperti lomba-lomba yang bernafaskan Islam sudah marak diselenggarakan oleh para pelajar antarsekolah di mana sekolahnya sering diundang sebagai peserta dalam lomba-lomba tersebut.

Massifnya kegiatan-kegiatan keagamaan di lingkungan Sekolah Menengah Atas sebagaimana terlukis di atas paling tidak didorong oleh dua faktor yang terjadi dalam dinamika gerakan dakwah kampus di Indonesia yaitu faktor internal dalam gerakan dakwah sendiri dan faktor eksternal di luar gerakan dakwah. Dua faktor ini seperti sekeping koin mata uang di mana faktor satu dengan lainnya saling jalin berkelindan.

Yang dimaksud faktor internal dalam gerakan dakwah kampus adalah terjadinya “kematangan” gerakan dakwah kampus sendiri di mana hampir semua arena penting di lingkup kampus telah mereka “kuasai.” Dalam skala kecil hal ini tampak pada keberhasilan gerakan dakwah kampus dalam meyakinkan pihak Perguruan Tinggi untuk mengelola program Asistensi Agama Islam (AAI) yang kemudian berganti nama dengan Pendampingan Agama Islam (PAI) yang merupakan bagian dari mata kuliah Agama Islam bagi mahasiswa-mahasiswi tingkat awal di universitas.²⁰ Lewat PAI inilah gagasan dakwah disebar dan perekrutan kader dakwah baru dijaring. Dalam lingkup yang luas “kematangan” gerakan dakwah kampus tampak dari berdirinya Partai Keadilan (Sejahtera) yang mampu meraih suara cukup signifikan dalam satu

²⁰ Abdul Gaffar Karim, “Jamaah Shalahuddin: Islamic Student Organisation in Indonesia’s New Order,” *Flinders Journal of History and Politics*, Vol. 23, Th. 2006.

dekade PEMILU di Indonesia.²¹ “Kematangan” ini membuat aktivis gerakan dakwah kampus mempertimbangkan pentingnya perluasan kegiatan dakwah ke tingkat remaja di sekolah. Mengikuti pola PAI yang telah berhasil di kampus-kampus, para aktivis dakwah mulai masuk ke sekolah-sekolah menengah atas.

Sedangkan faktor eksternal yang memicu perkembangan gerakan dakwah kampus untuk menjangkau siswa-siswi sekolah menengah atas adalah munculnya kekhawatiran terhadap menguatnya budaya pop yang menjadikan remaja sebagai target utamanya. Tak bisa dipungkiri bahwa budaya pop telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari remaja, mulai dari majalah remaja yang menampilkan lifestyle jagat pergaulan remaja, MTV, sampai film Hollywood. Semua ini dinilai dapat merusak moral remaja Islam. Sebuah buku panduan dakwah sekolah menyebutkan beberapa hal yang dikaitkan dengan gejala demoralisasi sebagai akibat dari budaya pop.

Kekhawatiran mengenai “hantu” budaya pop di kalangan remaja yang sebagian diungkap di dalam buku panduan dakwah sekolah menjadi faktor eksternal masuk dan populernya gerakan dakwah kampus di kalangan pelajar. “Hantu” budaya pop tersebut tidak hanya menakutkan kalangan yang konsen dengan aktivitas dakwah, melainkan juga para orang tua dan pihak sekolah yang berkepentingan dalam pendidikan remaja.²² Mereka setiap saat merasa cemas mengenai kehidupan anak-anak dan siswa-siswinya, terlibat narkoba, seks bebas dan sebagainya. Situasi inilah yang membuat gerakan dakwah sekolah atau Rohis menjadi populer di tengah remaja Muslim Indonesia.

Di samping itu, ada beberapa pola yang dipakai aktivis dakwah untuk masuk ke sekolah-sekolah. Dari cerita beberapa informan, paling tidak ada tiga pola yang dipakai para aktivis

²¹ Ali Said Damanik, *Fenomena Partai Keadilan: Transformasi 20 Tahun Gerakan Tarbiyah Islam di Indonesia* (Bandung: Mizan, 2002).

²² Studi menarik mengenai “*moral panics*” yang melanda orang tua dan publik Indonesia bisa dilihat dalam Nancy Smith-Hefner, “‘Hypersexed’ Youth and The New Muslim Sexology in Java Indonesia”, *Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, Vol. 43, No. 1 th. 2009, h. 209-44.

dakwah untuk masuk ke sekolah-sekolah menengah atas. Pertama, melalui jalur alumni. Pola ini merupakan jalur paling signifikan dalam massifnya gerakan dakwah di lingkungan SMA. Di beberapa sekolah favorit di Yogyakarta Rohis lebih banyak dikelola oleh para alumninya. Kedua, para aktivis dakwah kampus mendekati para pengurus Rohis dengan mengajak mereka mengikuti kegiatan-kegiatan keislaman yang mereka selenggarakan di masjid tertentu. Keikutsertaan para aktivis Rohis dalam kegiatan-kegiatan pengajian yang diinisiasi oleh para aktivis dakwah kampus tersebut pada gilirannya membuat para pelajar tertarik dan meminta pihak sekolah untuk mengundang para aktivis dakwah tersebut untuk menjadi mentor di sekolah mereka. Ketiga, melalui permintaan pihak sekolah kepada Lembaga Dakwah Kampus (LDK) yang menyediakan para relawan untuk mengelola mentoring keislaman di sekolah-sekolah.

D. Penutup

Merebaknya “*moral panics*” di Indonesia telah membuat Rohis menjadi kegiatan alternatif dalam kehidupan remaja Muslim di Indonesia. Popularitas Rohis di tengah remaja erat kaitannya dengan krisis identitas di tengah kehidupan remaja yang disergap oleh budaya pop Barat. Keberadaan Rohis di sekolah tampak seperti “oasis” bagi para remaja yang tengah mencari identitas diri mereka di tengah lingkungan gaul remaja yang hedonis, huru-hara dan cenderung mengarah ke hal-hal negatif. Eksistensi Rohis semakin kokoh karena dibalut dengan semangat keagamaan sebagai nilai alternatif di tengah nilai-nilai global yang cepat menguap dan berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Damanik, Said Ali, *Fenomena Partai Keadilan: Transformasi 20 Tahun Gerakan Tarbiyah di Indonesia*, Bandung: Teraju, 2003.
- Handajani, Suzie, “Globalizing Local Girls: The Representation of Adolescents in Indonesian Female Teen Magazines”, *Master thesis*, The University of Western Australia, 2005
- Hatley, Barbara, “Cultural Exspression” in Hall Hill (ed.) *Indonesia’s New Order: The Dynamics of Socio-Economic Transformation*, Australia : Allen&Unwin, 1994.
- <http://hidayatullah.com>. Diakses 26 Februari 2008.
- <http://users.boardnation.com/annida/index.php?board=1;action=display;threadid=2>. Diakses 30 November 2008.
- Kailani, Najib, “Jilbab Annida dan Identitas Remaja Islami”, *Tashwirul Afkar* No. 20, 2006.
- Karim , Abdul Gaffar, “*Jamaah Shalahuddin: Islamic Student Organisation in Indonesia’s New Order*”, *Flinders Journal of History and Politics*, vol. 23, 2006.
- Kitley, Philips, *Television, Nation and Culture in Indonesia*, Ohio: Ohio University Center For International Studies, 2000.
- Najib Kailani, “Muslimising Indonesian Youths: The Tarbiyah Moral and Cultural Movement in Contemporary Indonesia,” dalam Madinier, Remy (ed), *Islam and the 2009 Indonesian Elections, Political and Cultural Issues: The Case of Prosperous Justice Party (PKS)*, Bangkok: Institut de Recherche sur l’Asie du Sud-Est Contemporaine (IRASEC), 2010.
- Salim, Hairus, Najib Kailani dan Nikmal Azekiyah, *Politik Ruang Publik Sekolah: Negosiasi dan Kontestasi di SMUN Yogyakarta*, Yogyakarta: Monograf CRCS UGM, 2011.

- Sen, Krishna and David T. Hill, *Media, Culture and Politics in Indonesia*, London: Oxford University Press, 2000.
- Shiraishi, Saya, “Japan’s Soft Power:Doraemon Goes Overseas”, in Katzenstein and Shiraishi (ed) *Network Power: Japan and Asia*, Ithaca and London: Cornell University Press, 1997.
- Smith-Hefner, Nancy, “‘Hypersexed’ Youth and The New Muslim Sexology in Java Indonesia”, *Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, vol. 43, No. 1, Th. 2009.
- Smith-Hefner, Nancy, “Youth Language, *Gaul* Sociability, and the New Indonesian Middle Class”, *Journal of Linguistic Anthropology*, vol. 17, Issue 2, 2006.
- Springhall, John, *Youth, Pop Culture and Moral Panics: Penny Gaffs to Gangsta-Rap 1830-1996*, New York: Palgrave Macmillan, 1999.
- Thompson, Kenneth, *Moral Panics*, London and New York: Routledge, 1998.
- Wajidi, Farid, “Kaum Muda dan Pluralisme Kewargaan” dalam Zainal Abidin Bagir dkk, *Pluralisme Kewargaan: Arah Baru Politik Keragaman di Indonesia*, Jakarta: CRCS-Mizan, 2011.
- Widiyantoro, Nugroho, *Panduan Dakwah Sekolah*, Bandung: Syaamil, 2007.