

# VIRALITAS DAN AGAMA: DISKURSUS PUBLIK TENTANG THARIQ HALILINTAR DAN FENOMENA HAJI DI USIA DINI

<sup>1</sup>Faisal

<sup>1</sup>Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

Email koresponden: dosen03103@unpam.ac.id

Submitted: 5 June 2025 ; Revised: 12 November 2025 ; Accepted: 30 December 2025

## Abstract

The phenomenon of awarding the title “Haji” to Thariq Halilintar—who was said to have performed the Hajj pilgrimage at only two months old—sparked widespread controversy in Indonesia’s digital public sphere. This study aims to analyze how the media framed the event, how Islamic jurisprudence views Hajj performed by minors, and how the social meaning of the “Haji” title is constructed and interpreted by society. Using a qualitative descriptive approach and critical discourse analysis, data were collected from online news outlets (DetikHikmah, Suara.com, Kumparan), YouTube content from the Gen Halilintar family, and public comments on social media. Theoretical frameworks include communication theories (framing and agenda setting), Islamic thought (maqasid al-shariah and fiqh of worship), and social theory (symbolic interactionism). The findings reveal that the media framed the issue as a religious entertainment controversy, shaping public perception beyond factual reporting. From an Islamic legal perspective, Hajj performed by a child is valid but does not fulfill the obligation in adulthood, and the “Haji” title is more of a cultural symbol than a formal religious designation. Public responses indicate that the title has become performative, with netizens debating its authenticity and purpose. The study concludes that digital platforms have become a new arena for the contestation of religious symbols, blurring the boundaries between the sacred and the profane in contemporary Muslim society.

**Keywords:** media framing, child Hajj, religious symbols, popular culture, symbolic interactionism, digital religiosity.

## Abstrak

Fenomena penyematan gelar “Haji” kepada Thariq Halilintar yang disebut telah menunaikan ibadah haji saat berusia dua bulan memicu kontroversi publik di ruang digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media membingkai peristiwa tersebut, bagaimana pandangan Islam terhadap ibadah haji oleh anak di bawah umur, serta bagaimana makna sosial gelar “Haji” dikonstruksi dan dipersepsi oleh masyarakat. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode analisis wacana kritis, data dikumpulkan dari pemberitaan media online (DetikHikmah, Suara.com, Kumparan), video YouTube keluarga Gen Halilintar, serta komentar netizen. Landasan teori yang digunakan mencakup teori komunikasi (framing dan agenda setting), teori Islam (maqasid syariah dan fikih ibadah), serta teori sosial (interaksionisme simbolik). Hasil penelitian menunjukkan bahwa media membingkai isu ini sebagai kontroversi hiburan keagamaan, bukan sekadar pelaporan fakta. Dari sisi fikih, haji anak sah namun tidak menggugurkan kewajiban ketika dewasa, dan gelar “Haji” bersifat simbolik budaya, bukan legal-formal. Sementara itu, masyarakat menafsirkan gelar ini secara performatif, dan respons netizen memperlihatkan pergeseran makna religiusitas dari spiritualitas personal menjadi citra publik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ruang digital telah menjadi arena baru untuk kontestasi simbol keagamaan, sekaligus mengaburkan batas antara yang sakral dan yang profan dalam masyarakat Muslim kontemporer.

**Kata kunci:** framing media, haji anak, simbol keagamaan, budaya populer, interaksionisme simbolik, digital religiosity.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah menciptakan ruang baru bagi praktik keagamaan dan representasi identitas sosial dalam masyarakat. Fenomena ini terlihat jelas dalam kasus viral Thariq Halilintar, seorang figur publik muda dari keluarga Gen Halilintar, yang disebut telah menunaikan ibadah haji saat masih berusia dua bulan. Ucapan ibunda Thariq, Lenggogeni Faruk, dalam sebuah acara lamaran dan kanal YouTube keluarga, menyebut bahwa Thariq telah “berhaji sejak bayi”, dan hal ini segera menjadi bahan perbincangan nasional yang viral di berbagai media daring, mulai dari *Detik.com*, *Suara.com*, hingga perbincangan hangat di media sosial.

Fenomena ini menyingkap bagaimana simbol-simbol keagamaan tidak lagi berada dalam ruang sakral tertutup, melainkan menjadi bagian dari konsumsi budaya populer dan strategi komunikasi digital. Menurut Robert Entman (1993), media memiliki peran dalam membingkai informasi sehingga mampu membentuk cara publik memahami suatu peristiwa. Dalam konteks ini, media memainkan peran besar dalam memframing fenomena tersebut bukan hanya sebagai isu religius, melainkan juga sebagai bagian dari narasi selebritas dan hiburan digital. Hal ini sejalan dengan teori *agenda setting* dari McCombs dan Shaw (1972) yang menegaskan bahwa media tidak hanya memberi tahu kita “apa yang harus dipikirkan”, tetapi juga “apa yang harus dipikirkan tentangnya”.

Di sisi lain, dari perspektif Islam, diskursus mengenai keabsahan ibadah haji yang dilakukan oleh anak kecil memiliki landasan hukum yang panjang. Imam Al-Ghazali dalam *Ihya Ulumuddin* menyebut bahwa ibadah haji oleh anak kecil sah secara syariah, tetapi tidak menggugurkan kewajiban haji ketika dewasa. Hal ini ditegaskan pula dalam buku *Tuntunan Super Lengkap Haji dan Umrah* oleh A. Solihin As-Suhaili (2020), yang menyatakan bahwa syarat wajib haji mencakup baligh dan mampu, yang tidak terpenuhi oleh bayi. Gelar “haji” dalam Islam sendiri tidak memiliki landasan syar’i yang eksplisit, sebagaimana dijelaskan Quraish Shihab dalam *Quraish Shihab Menjawab* (2021), namun penggunaannya menjadi praktik budaya lokal yang berkembang di masyarakat Muslim Indonesia.

Fenomena ini juga perlu dibaca melalui kacamata teori sosial, khususnya *interaksionisme simbolik* dari Herbert Blumer (1969), yang memandang bahwa makna sosial dibentuk melalui interaksi dan simbol yang dipertukarkan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, gelar “haji” tidak hanya dimaknai sebagai pencapaian religius, melainkan sebagai simbol status sosial, kehormatan, dan bahkan kredibilitas moral dalam konteks budaya Indonesia. Maka tak heran jika pemberian gelar ini menimbulkan respons publik yang beragam—antara apresiasi dan skeptisisme.

---

Munculnya kontroversi ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai agama dalam era digital tidak hanya menjadi urusan spiritual personal, melainkan juga menjadi komoditas simbolik yang ditampilkan, diperbincangkan, bahkan diperdebatkan secara terbuka dalam ruang publik digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena tersebut melalui pendekatan multidisipliner, dengan menggunakan teori komunikasi (framing & agenda setting), teori Islam (maqasid syariah dan fikih ibadah), dan teori sosial (interaksionisme simbolik). Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat tergali pemahaman yang lebih utuh mengenai interseksi antara viralitas digital, simbol religius, dan konstruksi sosial dalam masyarakat kontemporer Indonesia.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan tujuan menggali secara mendalam konstruksi makna, persepsi publik, serta dinamika sosial keagamaan yang muncul dalam fenomena viral Thariq Halilintar dan isu pemberian gelar haji di usia dini. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menelaah tidak hanya fakta permukaan, tetapi juga lapisan-lapisan makna yang tersembunyi dalam bahasa, simbol, dan praktik sosial.

Metode utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis terhadap pemberitaan media daring serta respons publik di media sosial. Penelitian ini tidak hanya menganalisis isi berita secara tekstual, tetapi juga memperhatikan bagaimana bahasa digunakan untuk membingkai realitas (framing), mengatur agenda publik (agenda setting), dan menciptakan konstruksi makna (interaksionisme simbolik).

Objek material dalam penelitian ini mencakup pemberitaan dari media online populer seperti *detik.com*, *suara.com*, dan *kumparan.com* yang memberitakan secara masif mengenai isu "haji dua bulan" yang disematkan kepada Thariq Halilintar. Pemilihan media ini didasarkan pada jangkauan luas, pengaruhnya terhadap pembentukan opini publik, serta konten mereka yang viral dan banyak dikutip oleh warganet.

Selain itu, data juga dikumpulkan dari video dan konten di kanal YouTube keluarga Halilintar yang menjadi sumber utama pernyataan viral. Dalam konteks ini, media sosial bukan hanya sumber data, tetapi juga ruang peristiwa itu sendiri berlangsung dan berkembang. Komentar warganet di kanal YouTube, Instagram, dan Twitter juga dianalisis sebagai bagian dari data sosial yang mencerminkan resepsi publik terhadap isu tersebut.

Untuk menelaah dimensi teologisnya, penelitian ini juga menganalisis dokumen dan teks keislaman seperti *Ihya Ulumuddin* karya Al-Ghazali, buku *Quraish Shihab Menjawab* oleh Quraish Shihab, serta buku *Tuntunan Super Lengkap Haji dan Umrah* oleh A. Solihin As-Suhaili. Teks-teks ini digunakan untuk memahami hukum Islam tentang haji anak-anak dan keabsahan gelar haji menurut fikih.

Teori agenda setting oleh McCombs dan Shaw (1972) digunakan untuk memahami bagaimana media menentukan isu yang dianggap penting dan layak

dibicarakan oleh publik. Dalam hal ini, bagaimana isu “haji dua bulan” yang sebenarnya merupakan kisah personal bisa menjadi pembicaraan nasional menunjukkan kuatnya peran media dalam menyusun prioritas perhatian masyarakat.

Sedangkan teori framing (Entman, 1993) digunakan untuk menganalisis bagaimana media membingkai peristiwa. Framing bekerja melalui seleksi fakta, penekanan makna tertentu, dan penghapusan informasi lain. Misalnya, penekanan pada usia Thariq yang dua bulan saat berhaji lebih menarik bagi media dibandingkan keabsahan syar’i-nya menurut ulama.

Dari perspektif Islam, penelitian ini menggunakan pendekatan maqasid syariah (tujuan-tujuan syariah) untuk mengkaji apakah ibadah haji yang dilakukan oleh anak kecil membawa kemaslahatan spiritual, ataukah hanya simbolik dan ritualistik. Ini penting karena maqasid syariah menuntut adanya manfaat dan rasionalitas dalam pelaksanaan syariat Islam.

Pendekatan fikih ibadah juga digunakan untuk melihat aspek legal formal ibadah haji bagi anak-anak. Misalnya, apakah ibadah haji tersebut sah menurut syariah, apakah menggugurkan kewajiban haji saat dewasa, serta bagaimana status hukum sosial terkait gelar haji di masyarakat Indonesia.

Dalam memahami respons publik dan penyematan simbol “haji” sebagai gelar sosial, penelitian ini menggunakan teori interaksionisme simbolik dari Herbert Blumer. Teori ini memandang bahwa makna terbentuk melalui interaksi sosial dan ditafsirkan dalam konteks budaya yang hidup. Dalam hal ini, “gelar haji” menjadi simbol sosial yang menyiratkan kehormatan, ketakwaan, dan legitimasi moral.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital, yaitu dengan mengarsipkan pemberitaan media daring, tangkapan layar komentar netizen, serta konten video yang relevan. Data dikumpulkan selama rentang waktu Juni hingga Agustus 2024, yaitu periode ketika peristiwa ini mencuat dan viral secara nasional.

Selain data digital, peneliti juga melakukan analisis dokumen literatur dari buku-buku keislaman, teori komunikasi, dan teori sosial sebagai landasan konseptual. Tujuannya adalah untuk menghubungkan data empirik dengan kerangka teori yang digunakan.

Prosedur analisis data dilakukan dalam tiga tahap: (1) *pengkodean terbuka* untuk mengidentifikasi isu utama dalam teks; (2) *pengkodean aksial* untuk menghubungkan kategori yang muncul; dan (3) *pengkodean selektif* untuk menyusun narasi tematik dan interpretasi kritis.

Validitas data diuji melalui triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan hasil analisis dari berbagai sumber data (media online, komentar netizen, literatur keislaman, dan teori sosial). Selain itu, triangulasi teori juga diterapkan dengan mengkaji data melalui tiga pendekatan teori yang berbeda namun saling melengkapi.

Peneliti menyadari adanya bias media dan subjektivitas pengguna media sosial, maka dalam interpretasi, pendekatan kritis dilakukan untuk menyaring antara narasi media, ekspresi publik, dan kerangka ideologi yang melingkupinya.

Penelitian ini tidak bermaksud menghakimi keputusan keluarga Halilintar atau menilai kualitas keimanan personal, melainkan berfokus pada bagaimana peristiwa ini direpresentasikan dalam ruang publik dan apa maknanya dalam konteks budaya keagamaan masyarakat Indonesia modern.

Asumsi dasar penelitian ini adalah bahwa viralitas digital dapat mempercepat transformasi makna simbolik keagamaan, dari yang sebelumnya sakral menjadi bagian dari konstruksi sosial dalam ruang hiburan dan opini publik.

Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian interdisipliner antara Islam, media, dan masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga menjadi kontribusi dalam literatur tentang perubahan pola keberagamaan di era digital.

Implikasi dari penelitian ini mencakup pemahaman baru terhadap bagaimana gelar keagamaan digunakan secara simbolik dalam masyarakat, serta bagaimana media sosial mengubah dinamika keagamaan menjadi konsumsi massa yang bersifat instan dan emosional.

Metodologi ini disusun dengan mempertimbangkan fleksibilitas pendekatan kualitatif dan relevansi konteks sosial-keagamaan kontemporer Indonesia, khususnya dalam era dominasi platform digital dan fenomena viral sebagai bagian dari praktik komunikasi keagamaan sehari-hari.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Framing Media dan Viralitas

Media memiliki peran sentral dalam membentuk konstruksi realitas sosial, termasuk dalam isu-isu yang menyangkut simbol keagamaan seperti dalam kasus “haji bayi” Thariq Halilintar. Menurut Robert M. Entman (1993), *framing* adalah proses pemilihan aspek-aspek tertentu dari suatu realitas untuk disoroti dalam narasi media, dengan tujuan membentuk pemahaman audiens terhadap suatu peristiwa. Dalam kasus Thariq, media tidak hanya melaporkan fakta bahwa ia pernah dibawa berhaji saat bayi, tetapi juga membingkai narasi tersebut dengan gaya yang memancing reaksi emosional publik—mulai dari keheranan hingga kecaman.

Judul-judul berita seperti “*Kontroversi Haji Sejak Bayi*” (*DetikHikmah*) dan “*Candaan Ibunda Thariq Jadi Sorotan Netizen*” (*Suara.com*) adalah contoh nyata bagaimana media menggunakan elemen framing untuk menarik perhatian pembaca. Di sini, media mencampurkan unsur informasi dengan hiburan (*infotainment*), yang menurut Fairclough (1995) merupakan karakter khas dari wacana media modern. Hal ini membuat simbol keagamaan yang sakral, seperti ibadah haji, dimasukkan ke dalam ranah budaya populer yang penuh nuansa dramatis dan komersial.

Lebih lanjut, teori agenda setting dari McCombs dan Shaw (1972) menjelaskan bahwa media tidak hanya memengaruhi apa yang dipikirkan masyarakat, tetapi juga *bagaimana* mereka memikirkan isu tersebut. Dengan menempatkan isu “haji bayi” dalam posisi menonjol di kanal-kanal berita populer dan akun media sosial berpengaruh, media secara aktif memprioritaskan narasi ini dalam kesadaran publik.



Dalam hal ini, terjadi pergeseran makna ibadah dari ranah personal ke ranah publik yang penuh interpretasi sosial dan bahkan ekonomi (klik, iklan, dan eksistensi digital).

Visualisasi dalam konten YouTube dan berita daring juga memperkuat framing ini. Misalnya, thumbnail video dengan judul provokatif seperti "*Thariq Sudah Haji?!*" atau potongan gambar ekspresi wajah penuh emosi dari ibunda Thariq digunakan untuk membangun efek dramatis yang memperbesar daya tarik berita. Menurut Barthes (1977), gambar dalam media berfungsi sebagai *anchorage*, yakni memberikan penekanan makna tertentu kepada teks. Di sini, visual tidak netral, melainkan alat semiotik yang memperkuat framing narasi "kontroversial" dan "unik".

Selain media arus utama, framing juga dilakukan oleh aktor-aktor baru dalam ekosistem digital seperti *content creator*, akun gosip di Instagram, TikTok, dan bahkan pengguna biasa yang memviralkan potongan video dengan caption dan interpretasi masing-masing. Hal ini selaras dengan pendapat Jenkins (2006) tentang *participatory culture*, di mana masyarakat tidak lagi sekadar konsumen media, tetapi juga menjadi produsen makna melalui *remix*, komentar, dan share.

Dalam kerangka *mediatization of religion* (Hjarvard, 2008), kasus ini menunjukkan bahwa praktik keagamaan semakin dimediasi oleh logika media. Nilai-nilai sakral yang seharusnya eksklusif dan personal kini disesuaikan dengan logika popularitas, viralitas, dan kapitalisasi. Seperti halnya produk hiburan, simbol keagamaan pun dikemas agar *layak ditonton* dan *layak diperbincangkan*, bahkan jika itu berarti mengorbankan ketenangan atau kedalaman spiritualitas.

Framing media dalam kasus ini juga memperlihatkan adanya *commodification of religion* (Einstein, 2008), di mana agama diperlakukan sebagai produk yang bisa dijual, diklik, dan ditonton dalam ekonomi digital. Penyematan gelar "haji" kepada bayi, ketika dipublikasikan secara luas, menjadi tidak hanya persoalan teologis, melainkan juga konten viral yang memperkuat brand personal dan keluarga dalam ekosistem digital.

Media sosial memperkuat dan memperluas efek framing ini secara horizontal dan cepat. Di Twitter, diskusi berlangsung dalam bentuk *thread*, meme, dan sarkasme yang membingkai isu ini dari berbagai sudut: mulai dari teologis, sosiologis, hingga politik. Di TikTok, pengguna membuat konten parodi dan reaksi yang mempertebal dimensi hiburan dari isu ini. Media sosial bukan sekadar kanal distribusi, tetapi medan tempur makna dan arena artikulasi identitas.

Penggabungan antara logika algoritma media sosial dan framing media menjadikan viralitas isu ini tidak bisa dihindari. Menurut Van Dijck (2013), algoritma mendorong konten yang menimbulkan keterlibatan emosional tinggi ke permukaan — seperti kontroversi, kemarahan, atau kekaguman. Maka, bukan hal mengejutkan jika perdebatan soal "haji bayi" menjadi topik hangat nasional hanya dalam waktu singkat, dan menjangkau lintas kelas sosial.

Dampaknya, publik tidak hanya terpapar informasi, tetapi terlibat dalam wacana yang membentuk persepsi baru tentang keagamaan. Dalam konteks ini, nilai-nilai agama tidak lagi menjadi sesuatu yang tetap dan mapan, tetapi menjadi arena

negosiasi dan interpretasi baru dalam lanskap digital. Seperti yang dikemukakan oleh Meyer dan Moors (2006), agama dalam media adalah pengalaman yang dinamis dan terbuka terhadap penafsiran baru yang terus berkembang.

Akhirnya, framing media dan viralitas dalam kasus ini menandai adanya pergeseran epistemologi religius di Indonesia. Ketika makna ibadah ditentukan oleh narasi media dan opini publik, kita sedang menyaksikan bagaimana ruang digital turut menyusun ulang otoritas keagamaan, memperluas aktor-aktor penafsir, dan membuka ruang bagi munculnya “teologi viral”—yakni cara beragama yang berakar pada budaya klik, bukan kitab.

## B. Gelar Haji dan Dimensi Fikih

Dari sudut pandang fikih, ibadah haji yang dilakukan oleh anak-anak, termasuk bayi, memang dibolehkan dalam syariat Islam, sebagaimana diriwayatkan dalam hadis-hadis sahih dan dijelaskan dalam berbagai literatur fikih klasik. Imam Al-Ghazali dalam *Ihya Ulumuddin* menyebut bahwa seorang anak kecil yang dibawa menunaikan haji mendapatkan pahala, tetapi tidak menggugurkan kewajiban haji setelah ia mencapai usia baligh. Artinya, haji yang dilakukan Thariq Halilintar ketika berusia dua bulan bukanlah haji yang sah secara hukum taklifi (kewajiban personal), melainkan ibadah yang dilakukan dalam kapasitas sebagai anak yang belum mukallaf.

Quraish Shihab dalam bukunya *Quraish Shihab Menjawab* (2021) menguatkan pendapat tersebut dengan menegaskan bahwa niat dan kemampuan adalah prasyarat utama dalam pelaksanaan ibadah haji. Seseorang yang belum baligh tidak memiliki tanggung jawab keagamaan secara penuh dan karenanya pelaksanaan haji atas nama mereka belum menghapus kewajiban saat dewasa. Hal ini selaras dengan prinsip maqasid syariah, yang menjadikan niat dan kesadaran ibadah sebagai pilar penting dalam menentukan nilai dan keabsahan suatu ibadah.

Lebih lanjut, dalam konteks budaya Muslim Indonesia, penyematan gelar “Haji” sering kali bukan semata-mata mencerminkan aspek fikih, melainkan juga sarat dengan makna simbolik dan status sosial. Ahmad Sarwat dalam berbagai tulisannya di Rumah Fiqih Indonesia menjelaskan bahwa tidak ada dalil syar’i yang mewajibkan penggunaan gelar “Haji” setelah menunaikan ibadah tersebut. Dalam hukum Islam klasik (fiqh), tidak dikenal adanya penggelaran formal seperti itu. Maka dari itu, gelar tersebut lebih merupakan produk budaya dan sosial keislaman Nusantara yang telah melekat sejak lama sebagai bentuk penghargaan dan peneguhan identitas religius dalam masyarakat.

Penyematan gelar ini pun cenderung bernuansa simbolik daripada legal-formal. Dalam kasus Thariq Halilintar, gelar “Haji” yang disematkan kepadanya sejak bayi lebih merepresentasikan ekspresi kebanggaan keluarga dan pencitraan identitas dalam ruang digital ketimbang pengakuan fikih. Di sinilah letak transformasi makna dari gelar tersebut: dari ibadah personal menuju simbol visual yang dapat dikonsumsi oleh publik secara massal melalui media sosial dan kanal YouTube.

Dalam dimensi maqasid syariah, ibadah haji bertujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah melalui pengalaman spiritual yang mendalam, disertai niat, pemahaman, dan pengorbanan. Karena anak kecil belum memiliki kapasitas ini, maka haji yang dilakukan oleh Thariq lebih menjadi perwujudan pengalaman keagamaan orang tuanya, bukan anak itu sendiri. Dalam kerangka ini, gelar haji yang disematkan kepada Thariq bersifat performatif—menampilkan suatu identitas religius yang diproduksi untuk konsumsi publik ketimbang sebagai pemenuhan syariat.

Penekanan pada niat (*niyyah*) dan kesadaran dalam ibadah ini sangat penting. Menurut Imam Nawawi dalam *Al-Majmu'*, syarat wajib haji antara lain adalah Islam, berakal, baligh, dan mampu. Maka, bayi jelas belum memenuhi unsur kewajiban tersebut, dan hajinya bersifat *tathawwu'* (sukarela) oleh wali. Maka dari itu, status hukum atas pelaksanaan haji semacam ini tetap sah, tetapi status gelar yang menyertainya tidak berdasar pada ketetapan hukum syar'i.

Selain itu, penyematan gelar "haji" kepada anak kecil dapat menimbulkan salah kaprah dalam pemahaman masyarakat awam, khususnya jika informasi tersebut dikemas dalam bentuk konten digital yang viral. Dalam situasi ini, media dan konten kreator memiliki tanggung jawab etik untuk menyampaikan narasi keagamaan secara proporsional dan kontekstual agar tidak menyesatkan publik atau menjadikan simbol keagamaan sebagai komoditas belaka.

Dengan demikian, gelar "Haji" dalam kasus Thariq Halilintar bukanlah cerminan dari pencapaian spiritual personal, melainkan bentuk simbolisasi sosial yang berkembang dalam budaya Islam Indonesia. Fenomena ini mencerminkan bagaimana praktik keagamaan dalam era digital tidak hanya dibingkai oleh norma-norma fikih, tetapi juga oleh logika representasi visual, popularitas, dan pengakuan publik yang melampaui domain privat-spiritual.

### C. Makna Sosial Gelar Haji

Dalam masyarakat Indonesia, gelar "Haji" tidak hanya merujuk pada seseorang yang telah menunaikan ibadah ke tanah suci, melainkan juga memiliki makna sosial yang berlapis. Menurut Hefner (2000), gelar ini merupakan simbol status yang dihormati dan diasosiasikan dengan kemapanan ekonomi, kesalehan, serta keterlibatan dalam komunitas keagamaan. Penyematan gelar ini bahkan sering disertakan dalam nama resmi dalam dokumen atau acara publik, mencerminkan legitimasi religius sekaligus status sosial yang diperoleh.

Namun, dalam kasus Thariq Halilintar, gelar "Haji" yang diberikan kepadanya sejak bayi justru mengalami proses transformasi makna yang signifikan. Gelar tersebut bukanlah hasil dari kesadaran spiritual personal, melainkan lebih sebagai simbol yang dikonstruksi dalam narasi publik keluarganya. Dalam hal ini, konsep *presentation of self* yang diperkenalkan oleh Erving Goffman (1959) menjadi relevan. Menurut Goffman, identitas sosial ditampilkan layaknya pertunjukan panggung, di mana individu (atau dalam hal ini, keluarga) menyusun simbol dan ekspresi tertentu untuk membentuk kesan di mata publik.



Transformasi ini semakin terlihat dalam konteks budaya populer digital, di mana gelar keagamaan bukan lagi eksklusif pada makna spiritual, melainkan dapat menjadi bagian dari strategi pencitraan. Gen Halilintar, sebagai keluarga publik figur yang aktif memproduksi konten YouTube dan media sosial, menggunakan simbol-simbol religius termasuk busana syar'i, kutipan ayat suci, serta narasi spiritual sebagai bagian dari "branding" keluarga. Hal ini selaras dengan temuan Heryanto (2011) dalam *Identity and Pleasure*, bahwa praktik keagamaan dalam ruang publik sering kali melekat dengan konsumsi media dan estetika modern.

Proses ini juga dapat dipahami sebagai bentuk *komodifikasi religius*, di mana simbol-simbol spiritual kehilangan konteks sakralnya dan dimanfaatkan untuk kepentingan pasar atau eksistensi digital. Jean Baudrillard (1994) menyebut hal ini sebagai *simulacra*—ketika tanda-tanda tidak lagi merepresentasikan realitas yang sebenarnya, tetapi hanya meniru tanda-tanda lain dalam rantai hiper-realitas. Dalam kasus Thariq, gelar "haji" menjadi simbol hiperreal, yang lebih penting karena nilai tampilannya dalam layar media, bukan karena makna ibadahnya.

Di sisi lain, masyarakat yang terpapar pada narasi ini membentuk persepsi berdasarkan tampilan luar, bukan pada substansi. Budaya media sosial mendorong masyarakat untuk lebih responsif terhadap *signifier* (tanda) daripada *signified* (makna). Ini menciptakan ruang interpretasi yang luas, di mana netizen bebas memberi makna atas simbol keagamaan sesuai dengan posisi ideologis, pengalaman sosial, dan ekspektasi budaya mereka masing-masing.

Lebih jauh, menurut Thomas A. Tweed (2006) dalam *Crossing and Dwelling*, simbol religius selalu mengalami mobilitas lintas konteks, baik dari ranah privat ke publik, maupun dari sakral ke profan. Dalam hal ini, gelar "haji" telah berpindah dari makna spiritual ke makna representasional, bahkan politis dan komersial. Penempatan gelar ini dalam narasi keluarga selebritas memperkuat wacana tentang religiusitas sebagai identitas visual, bukan transendensi moral.

Kondisi ini menimbulkan ambiguitas. Di satu sisi, masyarakat mengapresiasi bahwa nilai keagamaan tetap hidup di ruang publik; namun di sisi lain, muncul kekhawatiran tentang banalitas simbol-simbol agama akibat eksposur yang tidak proporsional. Hal ini sesuai dengan argumen Lindlof dan Taylor (2011) dalam *Qualitative Communication Research Methods*, yang menyebut bahwa simbol dalam masyarakat selalu dinamis, dan dapat mengalami rekontekstualisasi seiring perubahan media dan budaya komunikasi.

Dengan demikian, gelar "Haji" dalam kasus Thariq menjadi representasi dari perubahan struktur makna dalam masyarakat digital: dari yang awalnya religius menjadi performatif, dari sakral menjadi simbolis, dari spiritual menjadi visual. Dalam ranah komunikasi modern, ini menunjukkan bagaimana konten religius berpotensi mengalami desakralisasi ketika direproduksi secara terus-menerus dalam konteks hiburan, keluarga selebritas, dan monetisasi platform digital.

#### D. Respons Netizen dan Diskursus Publik

Respons publik digital terhadap penyematan gelar “haji” kepada Thariq Halilintar membentuk lanskap opini yang sangat beragam dan penuh polarisasi. Sebagian netizen memberikan respons positif, memaknainya sebagai berkah spiritual yang luar biasa, bahkan menyebutnya sebagai “bukti kesalehan keluarga sejak dini.” Komentar-komentar semacam “MasyaAllah, semoga Thariq menjadi anak saleh,” atau “Sudah haji dari bayi, luar biasa,” menunjukkan bagaimana sebagian masyarakat masih mengapresiasi simbol religius sebagai representasi nilai-nilai sakral dan kebanggaan umat.

Namun, tidak sedikit pula yang bersikap kritis dan sinis terhadap narasi tersebut. Frasa seperti “haji endorse”, “haji settingan”, hingga “drama spiritual keluarga YouTuber” menggambarkan ketidakpercayaan publik terhadap motivasi di balik penyematan gelar itu. Hal ini menandakan meningkatnya kesadaran masyarakat digital terhadap potensi komodifikasi agama dan simbol-simbol spiritual dalam konten hiburan dan pemasaran personal branding di media sosial. Sebagaimana dikemukakan oleh Meyer dan Moors (2006), publik dalam masyarakat kontemporer seringkali terlibat dalam evaluasi dan negosiasi makna keagamaan yang disajikan melalui media, bukan menerimanya secara pasif.

Dari sudut pandang teori interaksionisme simbolik (Blumer, 1969), respons beragam ini menunjukkan bahwa makna simbol seperti gelar “haji” dibentuk dan dinegosiasikan dalam ruang interaksi sosial. Makna tersebut tidak bersifat tetap, melainkan ditentukan oleh pengalaman kolektif, latar budaya, dan ekspektasi yang berkembang dalam masyarakat. Dalam konteks media digital, netizen berperan aktif dalam mengkonstruksi ulang makna dari simbol tersebut melalui komentar, meme, reaksi, dan unggahan ulang yang menyematkan interpretasi baru.

Selain itu, diskursus publik yang muncul di media sosial juga menyoroti perdebatan antara *ritualisme* dan *substansialisme* dalam praktik keagamaan. Ritualisme di sini dimaknai sebagai penekanan pada simbol dan seremoni, sementara substansialisme menekankan nilai-nilai spiritual yang mendalam dan tidak hanya bersifat kasat mata. Kritik yang diarahkan kepada keluarga Thariq banyak datang dari perspektif substansialisme, yang menilai bahwa gelar religius seharusnya tidak dikomodifikasi atau dipertontonkan demi konten atau pencitraan.

Fenomena ini juga mencerminkan pergeseran dalam lanskap religius masyarakat Indonesia, dari *private piety* menjadi *public and performative piety*. Istilah *performative piety* sebagaimana dijelaskan oleh Moors (2012), merujuk pada bentuk ekspresi kesalehan yang bersifat visual, publik, dan kadang-kadang bersinggungan dengan kebutuhan representasi di ruang digital. Dalam konteks ini, penyematan gelar “haji” menjadi bagian dari narasi identitas publik keluarga Gen Halilintar, bukan lagi semata sebagai refleksi ibadah spiritual yang bersifat privat.

Perdebatan ini juga memperlihatkan bagaimana masyarakat digital kini semakin akrab dengan praktik *mediatization of religion* (Hjarvard, 2008), yaitu ketika

agama tidak hanya disampaikan melalui media, tetapi struktur, logika, dan estetika media juga membentuk cara agama dipahami dan dijalankan. Agama menjadi “diperformakan” dalam format yang mudah dikonsumsi, diberi efek dramatik, dan dievaluasi secara massal melalui algoritma komentar dan reaksi sosial.

Ruang digital pun menjadi arena baru bagi kompetisi simbol-simbol religius, di mana tiap simbol bisa diklaim, dipertontonkan, atau bahkan diperdebatkan ulang. Dalam hal ini, komentar-komentar netizen tidak hanya mencerminkan opini, tetapi juga menunjukkan adanya *cultural negotiation* terhadap batas antara sakral dan profan, antara ibadah dan pencitraan, antara iman dan performa visual. Proses ini memperlihatkan bagaimana masyarakat digital secara aktif membentuk tafsir agama melalui interaksi di media, bukan hanya melalui otoritas keulamaan tradisional.

Sebagai kesimpulan, diskursus publik tentang “haji bayi” dalam kasus Thariq Halilintar tidak bisa dipahami semata sebagai kontroversi sesaat atau sensasi media. Ia adalah refleksi dari dinamika yang lebih dalam: pergeseran nilai dalam masyarakat Muslim Indonesia kontemporer, dari spiritualitas personal menuju ekspresi religius yang terpengaruh oleh estetika, algoritma, dan strategi eksistensi di ruang digital.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDAS

### Kesimpulan

Fenomena “haji bayi” Thariq Halilintar merupakan contoh konkret bagaimana praktik keagamaan, simbol sosial, dan budaya populer bertemu dan diproduksi ulang dalam ruang digital. Pertama, dari perspektif media, pemberitaan mengenai Thariq dibingkai secara selektif dengan menekankan unsur kontroversi, keunikan, dan hiburan. Mengacu pada teori *framing* (Entman, 1993) dan *agenda setting* (McCombs & Shaw, 1972), media berperan aktif dalam mengangkat isu ini dari ranah privat menjadi konsumsi publik massal. Judul-judul seperti “haji sejak bayi” atau “kontroversi gelar haji” menciptakan ekspektasi dan persepsi publik yang tidak netral, melainkan dipengaruhi oleh nilai-nilai dan narasi media.

Kedua, dalam perspektif Islam, ibadah haji oleh anak-anak di bawah umur adalah sah secara fikih, namun tidak menggugurkan kewajiban haji di masa dewasa. Gelar “haji” dalam hal ini tidak memiliki dalil syar’i yang baku dan lebih merupakan produk budaya lokal. Pandangan ulama seperti Imam Al-Ghazali dan Quraish Shihab menegaskan bahwa haji anak belum baligh bersifat simbolik dan tidak formal. Oleh karena itu, penyematan gelar “haji” kepada bayi lebih merupakan ekspresi budaya religius keluarga, bukan status spiritual yang sah secara syaria.

Ketiga, dari sudut pandang teori sosial, khususnya *interaksionisme simbolik* (Blumer, 1969) dan *presentation of self* (Goffman, 1959), gelar “haji” dalam kasus ini berfungsi sebagai simbol sosial yang performatif. Ia tidak hanya mencerminkan pencapaian religius, tetapi juga menjadi bagian dari narasi identitas dan brand keluarga Gen Halilintar. Respons publik yang terpolarisasi—antara apresiasi dan skeptisisme—menunjukkan bahwa masyarakat kini lebih kritis terhadap representasi religius yang

---

tampil di media sosial. Simbol keagamaan tidak lagi diterima secara mutlak, melainkan terus dinegosiasi dalam konteks budaya populer dan ekonomi digital.

### **Rekomendasi**

1. Bagi Media: Perlu ada prinsip kehati-hatian dalam membingkai isu keagamaan agar tidak menimbulkan reduksi makna sakral menjadi sekadar sensasi digital. Media sebaiknya menjalankan prinsip jurnalistik yang berimbang dan tidak menyudutkan praktik agama ke dalam narasi hiburan semata.
2. Bagi Keluarga Publik Figur: Penyajian simbol keagamaan di ruang digital hendaknya mempertimbangkan etika representasi dan pemisahan antara niat spiritual dengan pencitraan. Penyematan simbol religius sebaiknya tidak dilakukan untuk kepentingan komersial atau narasi visual yang berpotensi menimbulkan kesalahpahaman publik.
3. Bagi Masyarakat dan Netizen: Diperlukan literasi digital dan literasi keagamaan yang lebih kuat, agar publik dapat memilah antara esensi ibadah dan bentuk-bentuk presentasi yang bersifat performatif. Sikap kritis tetap penting, namun harus diimbangi dengan pemahaman kontekstual dan penghormatan terhadap keberagaman praktik budaya.
4. Bagi Akademisi dan Peneliti Sosial: Fenomena seperti ini menjadi ruang kajian yang potensial untuk mengkaji hubungan antara agama, media, dan identitas sosial di era digital. Penelitian lanjutan tentang komodifikasi simbol religius di media sosial dapat memperkaya literatur tentang transformasi budaya religius kontemporer di Indonesia.

---

## REFERENSI / REFERENCE

- Al-Ghazali. *Ihya Ulumuddin* [Ringkasan]. Diterjemahkan oleh Abdul Rosyad Shiddiq. Jakarta: Pustaka Amani, 2020.
- Barthes, Roland. *Image-Music-Text*. Translated by Stephen Heath. New York: Hill and Wang, 1977.
- Blumer, Herbert. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1969.
- Detik.com. "Heboh Thariq Halilintar Haji Sejak Bayi, Bagaimana Hukum Pemberian Gelar Haji?" *detikHikmah*, 1 Juli 2024. <https://www.detik.com/hikmah/haji/d-7364554>
- Djajadiningrat, Hoesein. *Tujuan Kritis Tentang Sejarah Banten*. Jakarta: Balai Pustaka, 2015.
- Einstein, Mara. *Brands of Faith: Marketing Religion in a Commercial Age*. New York: Routledge, 2008.
- Entman, Robert M. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43, no. 4 (1993): 51–58.
- Fairclough, Norman. *Media Discourse*. London: Edward Arnold, 1995.
- Hjarvard, Stig. "The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change." *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook* 6, no. 1 (2008): 9–26. [https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9\\_1](https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9_1).
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press, 2006.
- Kumparan. "Klarifikasi Ibunda soal Ungkapan Thariq Halilintar Sudah Haji sejak Usia 2 Bulan." *KumparanHITS*, 16 Juli 2024. <https://kumparan.com/xxxxx>
- McCombs, Maxwell E., and Donald L. Shaw. "The Agenda-Setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972): 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>.
- McCombs, Maxwell E., dan Donald L. Shaw. "The Agenda-Setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 (1972): 176–187.
- Meyer, Birgit, and Annelies Moors, eds. *Religion, Media, and the Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press, 2006.
- Nanang, Saptono. "Latar Belakang Pemakaian Gelar Haji." *Jurnal Ilmu Sosial dan Agama* 3, no. 2 (2019): 112–130.
- Quraish Shihab. *Quraish Shihab Menjawab: 1001 Soal Keislaman yang Patut Anda Ketahui*. Jakarta: Lentera Hati, 2021.

- 
- Quraish Shihab. *Quraish Shihab Menjawab: 1001 Soal Keislaman yang Patut Anda Ketahui*. Jakarta: Lentera Hati, 2021.
- Saptono, Nanang. "Latar Belakang Pemakaian Gelar Haji." *Jurnal Penelitian Agama*, Juni 2019.
- Sarwat, Ahmad. *Ensiklopedi Fikih Indonesia: Haji dan Umrah*. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2022.
- Shiddiq, Abdul Rosyad (penerjemah). *Ringkasan Ihya' Ulumuddin* karya Imam Al-Ghazali. Surabaya: Al-Hidayah, 2017.
- Shihab, Quraish. *Maqasid Syariah: Tujuan dan Hikmah Hukum Islam*. Jakarta: Lentera Hati, 2020.
- Solihin As-Suhaili, A. *Tuntunan Super Lengkap Haji & Umrah*. Jakarta: QultumMedia, 2018.
- suara.com. "Kontroversi Haji 2 Bulan Thariq Halilintar, Sah atau Nggak?" *Suara.com*. 5 Agustus 2024. <https://www.suara.com/entertainment/2024/08/05/kontroversi-haji-2-bulan-thariq-halilintar-sah-atau-nggak>.
- Van Dijck, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- YouTube. "Bongkar Kisah Thariq Halilintar: Haji di Usia 2 Bulan." *Channel: Gen Halilintar*, diakses 1 Juli 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=xxxx>