

Available online at Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan
<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/dakwah>
Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan, 26 (2), 2022, 207-220

Praktik Dakwah Digital ImanPath di Era Internet of Things

Deden Mauli Darajat
deden.maulidarajat@uinjkt.ac.id

Cinta Rahmi
cinta.rahmi505@gmail.com

Fadly Maulana Baihaqy
fadly.jurnalistik19@mhs.uinjkt.ac.id

Abstrak

Penelitian ini ingin menjawab pertanyaan bagaimana praktik dakwah digital yang dilakukan oleh ImanPath di Era Internet of Things? Di era Internet of Things ini, segala sesuatu dapat dilakukan dengan menggunakan media Internet, termasuk salah satunya adalah praktik dakwah. Dakwah pada hakikatnya adalah mengajak kepada kebaikan dan melarang keburukan berdasarkan ketentuan agama Islam. Dakwah dalam pandangan ImanPath adalah tentang pengembangan sumber daya manusia muslim dalam konteks kepemimpinan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Untuk memperoleh keabsahan data, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan narasumber yang relevan dengan substansi permasalahan penelitian. Selain itu, dokumentasi dan observasi dilakukan dengan cermat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ImanPath yang secara lengkap bernama ImanPath Human Development and Islamic Urban Partner merupakan lembaga pelatihan life skill dan sekolah urban yang dibentuk dalam upaya mengemas keimanan dan nilai-nilai keislaman bagi muslim perkotaan. ImanPath lahir dari riset panjang beberapa pakar yang masih muda, energik, dan memiliki pemahaman yang mendalam di bidang sosiologi, ilmu keislaman, dan komunikasi digital. ImanPath melakukan kegiatan dakwah dengan menggunakan hampir semua platform media digital. Sehingga kemudian dakwah ImanPath dapat dengan mudah dijangkau oleh khalayak. Dakwah digital saat ini harus menjadi salah satu media dakwah yang efektif yang dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman.

Kata kunci: Digital, dakwah, internet of things, ImanPath

Abstract

This research wants to answer the question of how is the practice of digital da'wah carried out by ImanPath in the Era of the Internet of Things? In this era of the Internet of Things, everything can be done using internet media, including one of which is the practice of da'wah. Da'wah is essentially inviting to goodness and forbidding badness based on Islamic religious provisions. Da'wah in the view of ImanPath is about developing Muslim human resources in the context of leadership. The research used qualitative research method. To obtain data validity, researchers conducted in-depth interviews with sources relevant to the substance of the research problem. In addition, documentation and observation were conducted carefully. The results showed that ImanPath, which in full is named ImanPath Human Development and Islamic Urban Partner, is a life skills training institution and urban school formed in an effort to package faith and Islamic values for urban Muslims. ImanPath was born from the long research of several experts who are young, energetic, and have a deep understanding in the fields of sociology, Islamic science, and digital communication. ImanPath conducts da'wah activities using almost all digital media platforms. So that ImanPath's da'wah can easily be reached by the audience. Digital da'wah should now be one of the effective da'wah media that can adapt to the times.

Keywords: Digital, da'wah, Islam, internet of things, ImanPath

Permalink/DOI: <http://doi.org/10.15408/dakwah.v26i2.29325>

Pendahuluan

Di era Internet of Things, di mana semua hal bisa dilakukan dengan menggunakan media Internet, termasuk salah satunya adalah praktik dakwah. Dakwah pada hakikatnya adalah mengajak kepada kebaikan dan melarang kepada keburukan yang didasari oleh ketentuan agama Islam. Menurut Agus Triyono dkk mengungkapkan bahwa perkembangan teknologi yang demikian pesat, membuat dakwah berkembang dari offline menjadi online dengan menggunakan media internet. Dengan mengkolaborasikan

dakwah dan internet, maka nilai-nilai dakwah akan lebih mudah tersebar dan diserap oleh khalayak (Triyono, dkk, 2020).

Darajat (2021) mengungkapkan bahwa dakwah pada hakikatnya adalah mengajak kepada kebaikan dan melarang untuk berbuat kemungkaran seperti hanya dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125. Gagasan yang ditulis oleh Muhammad Syarif Hidayatullah menyebutkan bahwa, dakwah dalam pelaksanaannya adalah aktivitas sadar manusia baik secara perorangan maupun kelompok sebagai upaya

mengaplikasikan ajaran Islam dan mencapai ridha Allah Swt. Aktivitas dakwah apapun konteksnya akan dibutuhkan umat manusia untuk mewujudkan keshalehan umat. Maka dari itu kegiatan dakwah tidak hanya sebagai proses penyampaian ajaran Islam, akan tetapi juga melahirkan kesadaran masyarakat untuk menegakkan tauhid, menumbuhkan persaudaraan, keadilan, dan menciptakan masyarakat yang Islami (Hidayatullah, 2020).

Dalam tulisan Ahmad Zaini mengungkapkan tentang pendapat Moh. Ali Aziz bahwa, dengan media internet inilah dakwah memainkan perannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam ke seluruh penjuru tanpa mengenal waktu dan tempat. Semua orang dari berbagai etnis dan berbagai agama dapat mengaksesnya dengan mudah. Agar pesan-pesan dakwah para dai sampai kepada mitra dakwahnya maka harus menggunakan berbagai macam media dakwah (washilah) yang dapat digunakan, baik media visual maupun audiovisual. Salah satu media massa modern saat ini yang banyak digunakan oleh masyarakat dunia adalah internet dengan fasilitas didalamnya yaitu: website, blog, mailing-list, chatting, ataupun jejaring sosial semisal Facebook dan Twitter. Media ini telah digunakan oleh jutaan bahkan miliaran masyarakat dunia. Jumlah yang banyak itu tentunya dapat saja meningkat seiring bertambahnya pengguna-pengguna baru pada jejaring

sosial itu yang terkenal dengan sebutan media kicauan itu. Ini adalah potensi luar biasa bila dikelola untuk keberhasilan dakwah (Zaini, 2020).

Menurut Apri Junaidi bahwa Internet of thing menjadi sebuah bidang penelitian tersendiri semenjak berkembangnya teknologi internet dan media komunikasi lainnya, semakin berkembang keperluan manusia tentang teknologi, maka semakin banyak penelitian yang akan hadir, internet of things salah satu hasil pemikiran para peneliti yang mengoptimasi beberapa alat seperti media sensor, radio frequency identification (RFID), wireless sensor network serta smart object lain yang memungkinkan manusia mudah berinteraksi dengan semua peralatan yang terhubung dengan jaringan internet (Junaidi, 2015).

Dalam catatan Farhan Adani dan Salma Salsabil menjelaskan bahwa Internet of Things (IoT) merupakan suatu jaringan yang menghubungkan berbagai objek yang memiliki identitas pengenal serta alamat IP, sehingga dapat saling berkomunikasi dan bertukar informasi mengenai dirinya maupun lingkungan yang diinderanya. Objek-objek dalam IoT dapat menggunakan maupun menghasilkan layanan-layanan dan saling bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan bersama. Dengan kemampuannya ini, IoT telah menggeser definisi internet sebagai komputasi dimana saja kapan saja bagaimana saja, menjadi apa saja siapa saja dan layanan apa saja. Salah

satu pengimplementasian karakteristik yang mengacu pada identifikasi suatu objek. Serangan terhadap keamanan IoT dapat mencakup serangan terhadap label RFID, jaringan komunikasi maupun pada privasi data. Untuk mencegah dan mengatasinya dibutuhkan mekanisme dan protokol keamanan. Banyak manfaat yang didapatkan dari Internet of things. Pekerjaan yang kita lakukan menjadi cepat, mudah, dan efisien. Kita juga bisa mendeteksi pengguna dimanapun ia berada (Adani & Salsabil, 2019).

Realitas sosial-siber Gotved menunjukkan bahwa ada skema yang kompleks dalam melihat sebuah realitas di media sosial. Realitas yang tidak sekadar peristiwa belaka, namun setidaknya ada relasi bahkan negoisasi antara online dan offline. Hubungan online dan offline di ruang media sosial tidak bisa dipandang melalui teori-teori komunikasi semata, tetapi perlu dipandang dari beragam perpektif. Perspektif kebudayaan melihat bagaimana interaksi di antara pengguna media sosial melahirkan nilai dan nilai itu menjadi semacam aturan yang berlaku secara universal (Nasrullah, 2018).

Sebuah realitas yang terjadi di media sosial bisa dilihat melalui dua konsep yakni konten dan bentuk (form) media sosial. Lebih jauh, sebuah aksi dari komunikasi dan interaksi yang terjadi di Internet harus dilihat pula dari apa yang membawa (site) komunikasi itu dan apa yang

tampak dari yang disampaikannya (surface). Berdasarkan hal tersebut realitas sosial siber yang ada di media sosial bisa dibagi ke dalam dua kerangka besar, yakni level mikro maupun makro. Level mikro berada dan merujuk pada teks yang dikonstruksi oleh pengguna, sedangkan level makro merujuk pada konteks yang mengelilingi teks. Ada empat level dalam melihat realitas sosial-siber di media sosial. Level-level ini bisa juga digunakan sebagai panduan dalam meneliti realitas dan hubungannya antara online-offline. Level tersebut terdiri atas ruang media (media space), dokumen media (media archive), objek media (media object) dan pengalaman (experiential stories) (Nasrullah, 2018).

Metode Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi penelitian kualitatif. Untuk memperoleh validitas data peneliti melakukan wawancara mendalam dengan narasumber yang relevan dengan substansi masalah penelitian. Wawancara mendalam tak terstruktur bertujuan memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden. Wawancara tak terstruktur digunakan untuk menemukan informasi yang bukan baku atau informasi tunggal. Hasil wawancara semacam ini menekankan perkecualian, penyimpangan, penafsiran yang tidak lazim, penafsiran kembali, pendekatan baru, pandangan ahli, atau perspektif

tunggal. Seperti Hollan yang melukiskan sebagaimana dalam penelitiannya bahwa kombinasi wawancara mendalam dan pengamatan berperan serta menghasilkan data yang mendekati keadaan yang sebenarnya (Mulyana, 2007).

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses pelacakan serta pengaturan secara sistematis catatan lapangan yang telah diperoleh dari wawancara, observasi serta bahan lain agar peneliti dapat melaporkan hasil penelitian. Analisis data dilakukan selama proses pengumpulan dan setelah data dikumpulkan secara keseluruhan. Beriringan dengan pengumpulan data dilakukan dengan analisis (interpretasi) dengan maksud mempertajam fokus pengamatan serta memperdalam masalah yang relevan dengan pokok permasalahan yang diteliti (Firman, 2018).

Hasil dan Diskusi

Dalam website resmi ImanPath atau lengkapnya ImanPath Human Development and Islamic Urban Partner adalah sebuah lembaga training life skill dan pesantren urban (urban school) yang dibentuk dalam upaya mengemas nilai-nilai keimanan dan keislaman untuk muslim urban. ImanPath lahir dari riset panjang beberapa ahli yang masih muda, energik, dan mengerti bidang-bidang berkaitan melalui tiga poros penelitian.

Poros 1, Persoalan dasar masyarakat urban, baik pada karir dan pekerjaan, keluarga, atau kehidupan sosialnya. Melibatkan beberapa sarjana di bidang psikologi, sosiologi, agama, komunikasi serta ekonomi.

Poros 2, Teks keislaman yang mendalam, Mengumpulkan teks agama yang amat dibutuhkan oleh masyarakat urban dengan segala problemnya yang kompleks, hasil laporan Poros Riset 1. Riset ini mengumpulkan sarjana agama dari Universitas Islam tertua dan bergengsi di dunia, Universitas al-Azhar, Mesir, serta beberapa perguruan tinggi Islam besar lainnya di dalam dan luar negeri.

Poros 3, Repackaging, inilah yang ingin menjadi keyword keunggulan ImanPath, hasil mengolah dan menggabungkan data dari riset pertama dan kedua, melibatkan para praktisi berpengalaman di dunia training SDM, dosen, IT, komunikasi, serta ekonomi. Sehingga sesuai dengan cara berpikir dan alur kehidupan urban (<https://www.imanpath.com/profile-imanpath> diakses pada 25 Januari 2021 pukul 16.00 WIB).

Menurut Ahmad Faris, CEO ImanPath mengungkapkan bahwa Dakwah imanpath terfokus kepada pengembangan sumber daya manusia (SDM). Sebab, menurutnya ada dua tugas manusia di dunia ini. Pertama adalah beriman kepada Allah. *Wama kholaqtul jinna wal insa illa liyabudun*. Kedua, menjadi kholifah, pemimpin. *Inni jailun filardhi*

kholifah. Yang ini semua dapat dimaknai sebagai makhluk ranking satu di dunia ini. Manusia yang menjadi kholifah. Semua yang ada di bumi dan di langit ditundukkan oleh Allah hanya untuk manusia. *Alam taro annallaha sakhoro lakum ma fisamawati wama filardh*. Allah menundukkan semua ini diciptakan untuk manusia.

Umat Islam selama ini beriman kepada malaikat, seolah-oleh malaikat itu pembantu Allah. Padahal *Allahusomad*, Allah tidak butuh pembantu. Kenapa ada malaikat? Untuk membantu manusia. Untuk berkhidmat. Karena Allah bilang Allah tundukkan semua yang di langit dan yang di bumi untuk manusia. Allah ciptakan matahari ini untuk manusia. Ciptakan angin, molekul, bakteri, untuk manusia semua.

Jika saja kita merenung bahwa jika tidak ada sumber daya manusia yang unggul bisa kah kita menjadi pemimpin yang unggul? Kita bukannya menjadi pemimpin, malah menjadi budak bagi harta, bagi apa saja yang bukan Allah. Padahal di lain sisi manusia sebagai hamba Allah. Hamba berbeda dengan pegawai. Kalau pegawai ada jam kerja, ada pensiun, ada *resign*, hamba tidak ada semua itu, dan menjadi hamba Allah itu selama 24 jam sehari dan selamanya.

Urban Muslim sebagai Audiens

Menurut Ustadz Ahmad Faris, ImanPath memilih fokus kepada dakwah dengan audiens atau

mad'unya adalah warga kota yaitu urban Muslim. Sebab, yang pertama, menurutnya, kajian keislaman di perkotaan saat ini lebih semarak daripada di perkampungan. Kegiatan pengajian lebih banyak dilakukan di kota besar dari pada di kota kecil. Sedangkan pengajian di kota kecil lebih banyak dilakukan dari pada di kampung-kampung.

Forum Silaturahmi Masjid Perkantoran Jakarta, dalam ungkapan Ustadz Ahmad Faris, memiliki catatan terkait masjid-masjid di Kawasan segi tiga emas Jakarta, yakni Jalan Gatot Subroto, Jalan Sudirman, dan Jalan HR Rasuna Said. Dalam catatan itu terdapat 100 lebih masjid di Kawasan perkantoran elit di ibukota Republik Indonesia tersebut. 100 masjid yang tercatat itu yang memiliki kegiatan pengajian keislaman di waktu shalat Zuhur. Para pekerja di perkantoran itu di waktu istirahat melaksanakan shalat zuhur berjamaah dan kemudian mengikuti pengajian keislaman setelah menunaikan shalat.

Semangat para pemeluk agama Islam yang bekerja di pusat kota Jakarta ini menjadi pemikiran bagi CEO ImanPath, Ustadz Ahmad Faris. Menurutnya tingginya antusiasme masyarakat perkotaan yang menjadikan kajian zuhur sebagai bagian dari fenomena hijrah kaum urban. Antusiasme ini harus diartikan dengan bahwa kajian keislaman harus dikemas dengan lebih menarik. Kemasan yang menarik dari kajian keislaman menjadikan audiens atau jemaah menjadi nyaman dengan

agamanya. “Jangan sampai mereka menganggap kajian Islam hanya itu-itu saja, padahal sangat luas,” ungkap alumnus Universitas Al-Azhar Kairo, Mesir ini.

Pemilihan masyarakat urban Muslim sebagai audiens oleh ImanPath, alas an yang kedua karena kelas menengah terdapat di perkotaan. Sebab, jika kelas menengah perkotaan ini bergerak menjadi lebih baik maka perubahan akan terjadi di sebuah bangsa dan negara. Ustadz Ahmad Faris memberikan permisalan;

“*Middle class* ini mereka satu keluarga. Tapi mereka berpengaruh di satu keluarga, yang bekerja bersama dia banyak, ada sopir, ada pembantu di rumah tangganya, ada asistennya, itu sudah ada dua atau tiga keluarga, jadi, kita berbicara kepada satu orang, itu artinya kita sudah berbicara kepada satu keluarga, itu kelas menengah,” kata Ustadz Ahmad Faris.

Mengapa bukan kelas atas? Sebab kelas atas mereka sudah apatis dengan perubahan, yang penting aset mereka, perusahaan mereka, aman dan stabil. Mau siapa saja yang memimpin mereka tidak peduli. Yang mereka peduli adalah yang terkait dengan aset dan usaha mereka yang tetap lancar dan menguntungkan. Sementara kelas bawah, berpikir bahwa yang penting bagi mereka adalah bagaimana mereka bisa makan.

Cara berpikir orang-orang urban ini *educated*. Berpendidikan. Tapi problem mereka unik. Pendekatan

mereka unik. Mereka ini orang yang terbiasa dengan angka, grafik, dan pendekatannya saintifik. Saintifik adalah sesuatu yang bisa diukur dan sesuatu yang bisa ditimbang.

Jadi, lanjut Ustadz Faris, ketika kita berbicara kepada mereka sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar, *innallah maassobirin*, mereka itu tidak memahaminya dengan baik. Bagi mereka itu sebuah normatif. Mereka ingin tahu apa indikasi Allah itu bersama aku apa? Apa bedanya Allah Bersama aku atau tidak?

Pengemasan Dakwah

Darajat (2021) mengatakan bahwa buku sebagai media untuk penyebaran ide, gagasan, dan juga dakwah. Dakwah juga dapat dilakukan dengan berbagai media salah satunya digital.

ImanPath membuat pendekatan dengan cara bagaimana mengajarkan nilai-nilai agama, nilai-nilai ‘langit’ dapat menyelinap masuk ke ruang kerja mereka. Di *meeting-meeting* mereka. Dan kemasannya masuk akal. Kemasannya juga harus gurih.

Jadi misal kita membuat acara, maka kita tidak menggunakan kata *tabligh*, tidak pula menggunakan kata kajian. Kita sebaiknya dalam konteks ini menggunakan atau memakai kata *sharing*, kuliah. Di ImanPath itu bahasa yang digunakan seperti *special lecture*, *series*, dan lain-lain yang sejenisnya.

Pengemasan bahasa itu penting, menurut Ustadz Faris. Judul juga

penting. Sehingga mereka merasa ini jawaban dari persoalan. Kita harus jeli melihat trend. Kenapa misalnya ImanPath sekarang fokus kepada tema *mental health*, hal ini disebabkan tema tersebut sedang menjadi pembicaraan di masyarakat perkotaan atau urban.

Kenapa seperti ini kehidupan kita? Apa banyak yang stress? Iya. Lingkungan dia *toxic*, di kantor banyak tekanan luar biasa, apalagi sekarang ada generasi *sandwich*. *Insecure*. Ditekan dari bawah ditekan dari atas. Orang-orang tidak peduli. Anak milenial ini generasi strowberi kata Renald Kasali, dari luar kelihatan indah, tetapi benyek. Lembek. Jatuh sedikit, hancur.

Sementara agama ini *resource*. *How we capitalized?* Pendekatan itu. *Mental health* ini kalau kita tidak tangani, orang lari ke meditasi. Boneka-boneka itu, ya, karena merasa kosong. Kita ini bisa sampai ke tingkat seperti Korea Selatan. *Posting*, jumlah *like* kurang, bunuh diri. Itu, kan, di Korea. Rapuh *banget* kalau kita menyandarkan diri pada manusia. Tetapi kenyataan sosial itu nyata. *Social pressure* itu nyata. Kita menyelamatkan itu, ungkap Ustadz Faris.

Sekarang kita sedang rintis *start up meaningful*. *Islamic wellness*. Kesehatan mental. Nanti mereka ada. Aplikasi gratis ada juga yang premium. Kita bikin *start up*.

Riset Dakwah

Imanpath melakukan riset dakwah. Pertama adalah riset persoalan urban apa? Di rumah apa masalahnya? Di sekolah, di kerja, di jalan, hubungan suami istri, hubungan orang tua anak, apa yang mereka tonton apa yang mereka baca, pergaulan mereka, apa yang membuat mereka takut, membuat cemas, itu kita kumpulkan datanya. Alhamdulillah dapat *feedback* dari apa yang kita riset, kata Ustadz Faris.

Kedua adalah bagaimana referensi-referensi dari al-Quran dan hadis menjawab persoalan ini. Ternyata kalau sudah ketemu al-Quran dan hadisnya, kok, kayaknya *gak* nyambung? Nah, kok kayaknya ayatnya mereka sudah tahu semua. Tapi kok *gak* berpengaruh? Oh, berarti ada yang salah, ada *gap* antara teks agama dengan konteks kekinian. *Gak nyambung*. Apa itu. Butuh *bridging*. Kita bangun jembatan. Kita bangun empati kepada mereka. Islam itu rumah teduh bagi mereka. Jadi mereka tidak bisa lagi berpikir yang rumit. *Resource* di Islam ini berlimpah. Persoalan orang *urban* itu di mata kita. Tapi bagaimana kita mengemas ini demi mereka. Akhirnya kita fokus kepada *how to repackage*. *Me-repackaging 'taawanu alal biri wataqwa'*. Kepada orang yang sangat individualis? Kepada Dakwah digital Imanpath melalui berbagai platform sepertinya ingin mengajak mad'u dengan medium Internet. Dengan demikian perlulah kiranya peneliti meneliti tentang dakwah digital di era

Internet of Things terlebih yang dilakukan oleh Imanpath tersebut.

Dakwah digital Imanpath melalui berbagai platform sepertinya ingin mengajak mad'u dengan medium Internet. Dengan demikian perlulah kiranya peneliti meneliti tentang dakwah digital di era Internet of Things terlebih yang dilakukan oleh Imanpath tersebut.

orang yang sangat kompetitif? Ketika tekanan semakin banyak? Kita *repackaging* ayat '*istainu bisobri washolat*'.

Ketiga, 'mengemas obat'. Kita masih kecil dulu, kalau kita panas demam, orang tua kita mengambil obat. Biar kamu sehat. Kita tidak mengerti itu. Yang ada dalam sendok itu pahit. Banyak orang yang melihat Islam itu seperti itu. Ini pahit jadi tidak mau. Komposisinya tetap parasetamol tapi rasanya sudah rasa jeruk. Jadi kalau ada anak yang sakit, ada anak yang lain ingin minum obat, karena enak. Manis.

Ada yang kita ubah komposisinya? Tidak ada, tetap obat panas. Tetap. Tapi rasa strowbery. Kita menyampaikan ayat itu dengan rasa 'strowberi'. Jadi kaya itu tidak jelek. Kamu menjabat menjadi kepala dinas, jadi gubernur, tidak apa-apa. Kalau dakwah sebelumnya, hati-hati dengan jabatan. Seram sekali.

Imanpath, menurut Ustadz Faris, mempertemukan itu semua, kita menggunakan sarjana sosiologi, ekonomi, untuk riset yang pertama, untuk yang kedua sarjana agama, para ustadz. Yang ketiga ini orang

komunikasi, orang *advertising*, sampai bikin *flyer* agar pengajian itu menarik, ramai, kalau *flyer* itu lebih feminim. Dari mulai judul sampai warna. Warna warna Imanpath itu dibuat soft. 63 sampai 70 persen jamaah kita perempuan.

Fokus Ummahat dan Jakarta

Imanpath saat ini msih focus kepada program dakwah untuk ibu-ibu atau *ummahat*. Fokus *ummahat*, itu terbentuk dengan sendirinya. Meski demikian, kata Ustadz Faris, karena suami mereka sibuk, kerja. Ketika mereka pulang dan bercerita kepada suaminya bahwa dakwah Imanpth ini menarik dan berdeda dari biasanya. Akhirnya suami-suaminya pun ikut. Banyak yang seperti itu.

Kenapa Jakarta?

Menurut Ustadz Faris, ada laporan survei yang menyatakan bahwa semakin tinggi *income* sebuah keluarga itu semakin tidak *religious*. Semakin sejahtera semakin jauh dari agama. Jadi yang pendapatan lebih dari 15 ribu dollar itu hanya hadir dalam acara keagamaan secara seremonial. Nikah, dan meninggal dunia. Itu saja. Itu hampir di seruluh dunia. Kecuali satu negara: Indonesia. Di Indonesia semakin tinggi pendapatan semakin *religious*. Beragama. Dan representasinya ternyata di Jakarta. Ia mencontohkan, misalnya di Istanbul atau di kota-kota dunia adakah semarak pengajian- pengajian?

Jawabannya adalah tidak ada. Di Mesir dan Arab Saudi pun tidak.

Imanpath saat ini sudah memiliki Gedung sendiri dari hasil hibah salah satu jemaahnya. Gedung ini dimanfaatkan untuk kegiatan berdakwah. Selain itu para jemaah juga dapat menggunakan Gedung Imanpath yang dinamakan dengan Urban Muslim Center di Bekasi, Jawa Barat. Urban Muslim Center ini adalah rumah untuk Jemaah. Misal, seorang ibu yang ingin menikahkan anaknya, bisa Gedung ini untuk akad nikah. Ini semua dilakukan hanya untuk membesarkan Islam. Meski Gedung Imanpath berada di Bekasi namun jemaah yang datang dari berbagai daerah di sekitaran Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek).

Urban Muslim Center sebagai Gedung Imanpath memiliki beberapa program dakwah, seperti pesantren akhir pekan. Program pesantren akhir pekan dilakukan setiap Sabtu dan Minggu. Program ini berbayar. *Master class*. Mereka berbayar dan mau. *Master class* Imanpath itu ada tingkatannya, *basic* 16 pertemuan, *intermediate* 16 pertemuan, *advance* 16 pertemuan.

Basic itu bicara apa? Rukun Islam dan Rukun iman. 16 pertemuan itu rukun iman kepada Allah dua pertemuan, iman kepada malaikat itu satu pertemuan, dan seterusnya. Lanjut lagi rukun Islam. Kelas *basic*.

Di *intermediated* 8 pertemuan bagaimana berinteraksi dengan al-Quran. 8 pertemuan bagaimana

berinteraksi dengan hadis. Gunanya apa? Biar mereka bisa menggunakan al-Quran itu dengan optimal. Bisa baca al-Quran? Ada kelas membaca al-Quran, ada kelas lainnya juga. Cara tadabur al-Quran, cara baca ini, baca itu. Cara berinteraksi dengan hadis. Agar mereka terbiasa dengan terhadap perbedaan. Kenapa baca hadisnya sama tapi pendapatnya berbeda? Karena begini cara orang memahami hadis. Karena di masa begini. Pemaknaan. Tentang kedudukan hadis. Derajat derajat hadis. Memahami hadis. Dasar mustolah. Dasar usul fiqih. Sedikit demi sedikit.

Di kelas *advanced*, kita baca mazhab mazhab, pergerakan, firqah-firqah dalam Islam. Agar mereka mengetahui mana yang harus diwaspadai. Mana wilayah yang *furu'iyah*, dan lain-lain.

Berapa jam? Dari jam 8 sampai jam 12 siang. Seperti halnya kuliah. Jadi sesi satu ada *coffee break*. Ada makan siang. Ada *inspiration of the day*. Jadi inti yang kita sampaikan itu tetapi yang mengena kepada kehidupan mereka. *Special the day*. Lampu dimatikan. Ustadz Faris mulai berbicara. Setingnya sudah berbeda. Berbicara sekitar 5 menit. Apa yang paling mewah dari kehidupan.

Dakwah Imanpath Fokus ke SDM

Dua tugas manusia di dunia ini menurut Ustadz Faris. Pertama adalah beriman kepada Allah. *Wama kholaqtul jinna wal insa illa*

liyabudun. Kedua, menjadi kholifah, pemimpin. *Inni jailun filardhi kholifah*. Ini berarti bahwa kita manusia adalah makhluk ranking satu. Kita yang jadi kholifah. Semua ditundukkan untuk manusia. *Alam taro annallaha sakhoro lakum ma fisamawati wama filardh*. Allah menundukkan semua ini diciptakan untuk manusia.

Kita selama ini beriman kepada malaikat, seolah-oleh malaikat itu pembantu Allah, *Allahusomad*, tak butuh pembantu. Kenapa ada malaikat? Untuk membantu manusia. Untuk berkhidmat. Karena Allah bilang Allah tundukkan semua yang di langit dan yang di bumi untuk manusia. Allah ciptakan matahari ini untuk manusia. Ciptakan angin, molekul, bakteri, untuk manusia semua.

Bayangkan jika tanpa sumber daya manusia (SDM) yang unggul kita bisakah menjadi pemimpin yang unggul? Kita bukan jadi pemimpin, malah jadi budah bagi harta, bagi apa begitu, di lain sisi kita ini hamba Allah. Kita gak boleh *ngelunjak* sama Allah. Hamba ini beda sama pegawai. Kalau pegawai ada jam kerja, ada pensiun, ada *resign*, hamba tidak bisa. Hamba ini bekerja 24 jam.

Dakwah Digital

Dakwah digital Imanpath melalui media sosial:

1. <https://www.imanpath.com/>
2. <https://islamicwellness.id/>
3. <https://www.instagram.com/imanpath/?hl=id>

4. <https://www.listennotes.com/id/podcasts/imanpath-imanpath-r62vjnCBsXp/>
5. <https://www.youtube.com/channel/UCYkrco8-BTQzsMOzAdkbplA>
6. <https://podcasts.apple.com/ee/podcast/imanpath/id1505722773>
7. <https://twitter.com/imanpath>
8. <https://open.spotify.com/show/2R4hmgSsjOG09RgyFqbgUK>
9. <https://www.facebook.com/imanpath-112035154271281/>

ImanPath berdakwah melalui digital. Praktik dakwah digital ini dilakukan dengan berbagai platform seperti imanpath.com, islamicwellness.id, youtube.com, twitter.com, facebook.com, instagram.com, listennotes.com, podcasts.apple.com, dan open.spotify.com.

Dari sekian media sosial yang digunakan, Imanpath hanya tidak menggunakan TikTok untuk penyebaran dakwahnya. TikTok belum digarap oleh tim media Imanpath. Seharusnya Imanpath juga berpartisipasi aktif dalam berdakwah melalui TikTok. Sebab pengguna TikTok juga membutuhkan sentuhan keislaman sehingga bukan hanya hiburan semata dan jual beli semata, namun juga menjadi 'ladang' berdakwah.

Imanpath dalam dakwah digitalnya sering melakukan kajian Islam melalui aplikasi Zoom, atau melalui Instagram *Live*, dan juga disiarkan di YouTube. Pengisi pengajian baik melalui Zoom maupun

Instagram *Live* adalah para Ustadz dari Imanpath yang disandingkan dengan narasumber profesional di bidangnya. Misalnya tentang keuangan, maka selain Ustadz yang paham tentang muamalah, ada juga narasumber yang parak di bidangnya. Hal ini membuat diskusi di media digital ini menarik, karena dipadukan juga dengan tanya-jawab bersama audiens.

Penggunaan media digital menurut Ustadz Faris bahwa perkembangan zaman tidak bisa dilawan dan harus diadaptasi dengan baik, terlebih terkait dengan dakwah dan penyebaran nilai-nilai keislaman. Para pendakwah saat ini harus belajar dan melek digital agar sebaran dakwah bukan hanya sekadar di ruang-ruang *offline* namun juga di ruang-ruang *online*.

Ustadz Faris mengaku bahwa sebagian jemaah Imanpath mengenal Imanpath dari mulut ke mulut. Sebagian lainnya mengenal Imanpath dari media digital. “Kebanyakan dari media sosial sekarang. Terasa *banget*,” kata Ustadz Faris.

Imanpath, lanjut Ustadz Faris memiliki jemaahnya di sekitar Jabodetabek. Data ini terlihat dari *top location* para audiens yang mengikuti berbagai dakwah digital yang dilakukan oleh Imanpath. Rentang usia jemaah Imanpath di dunia digital berkisar di usia 20 hingga 34 tahun. Artinya bahwa mereka para audiens Imanpath adalah orang-orang yang sudah tamat dari perguruan tinggi. Masa-masa ini adalah masa pencarian

jati diri, menurut Ustadz Faris. Sementara dari segi gender, jemaah Imanpath 75 persen adalah perempuan dan 25 persen adalah laki-laki. Perempuan mendominasi untuk jemaah dakwah digital Imanpath.

Simpulan

Dakwah digital Imanpath melalui berbagai platform sepertinya ingin mengajak mad'u dengan medium Internet. Era Internet of Things mengajak para pendakwah untuk terlibat aktif dalam penggunaan media digital untuk berdakwah. Semua platform digital dapat dilihat sebagai medium untuk penyebaran nilai-nilai keislaman. Memang ada juga media sosial banyak digunakan untuk hiburan dan jual beli. Dakwah digital harus masuk ke ranah-ranah media social yang memang sudah banyak hiburan dan jual beli ini, untuk menyeimbangkan bahwa media sosial juga digunakan untuk menebarkan nilai-nilai kebaikan, khususnya nilai keislaman. Ini adalah sebuah tantangan baru di era digital bagi para pengajak kepada jalan Allah SWT.

Acknowledgement

Penelitian ini dilakukan atas bantuan dana hibah penelitian dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2022. Kami mengucapkan terima kasih atas bantuan dana tersebut sehingga penelitian ini dapat dilakukan dengan sebaik-baiknya.

References

- Adani, Farhan, Salsabil, Salma, "Internet of Things: Sejarah Teknologi dan Penerapannya", dalam *Jurnal Isu Teknologi STT Mandala*, Vol.14 No.2 Desember 2019.
- Darajat, Deden Mauli, "Analisis *Khutbah Syamiyah; Manifesto Kebangkitan Umat Islam Karya Badiuzzaman Said Nursi Perspektif Meanings and Media*", *Jurnal Al-Mubin* Vol. 4, No. 2, 2021.
- Darajat, Deden Mauli; Rahmi, Cinta, "Kyai Zainuddin Amir's dakwah Strategy in Spreading Islamic Values in Baduy Tribe Community", *Jurnal Mimbar Agama Budaya*, 38 (2), 2021.
- Hidayatullah, Muhammad Syarif, "Dakwah Digital Menggunakan Media Instagram (Kajian Ekonomi Islam pada Akun @ruanghalal)", dalam *Jurnal An-Nuha*, Vol. 7, No. 2 Desember 2020.
- Hoerotunnisa, Yazida Ichsan, Fifin Al Fionita, Faradina Nur Setianingsih, "Difusi Dakwah Digital di Era Covid-19 Bagi Generasi Millennial", dalam *Jurnal ŠALIĤA, Jurnal Pendidikan & Agama Islam*.
- Junaidi, Apri, "Internet of Things, Sejarah, Teknologi, dan Penerapannya: Review", dalam *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*, Volume I, No 3, 10 Agustus 2015.
- Kaplan, Andreas M. & Michael Haenlein. (2010). "Users of The World, Unite! The Challenges and Oportunities of Social Media". *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Lestari, Puput Puji "Dakwah Digital untuk Generasi Milenial", *Jurnal Dakwah*, Vol. 21, No. 1, Tahun 2020.
- Mizanie, Dina dan Irwansyah, "Penggunaan Social Network Site (SNS) Instagram Sebagai Media Pemasaran Geriliya Digital", dalam *Jurnal Komunikasi*, Volume 10 No. 2 September 2019.
- Mutrofin, "Dakwah Melalui Youtube: Tantangan Da'i di Era Digital", dalam *Jurnal Komunikasi Islam*, Volume 08, Nomor 02, Desember 2018.
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, Cetakan Kelima Oktober 2018).
- Rustandi, Ridwan "Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam", dalam *Jurnal Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, Vol. 3, No. 2, Desember 2019.
- Thadi, Robeet, Mukhlizar, "Literasi Dakwah di Era Post Truth", dalam *JOISCOM (Journal of Islamic Communication)*, Vol.2 No.1, April 2021.
- Triyono, Agus, Suranto, Kuswaji Dwi Priyono, "Penguatan Dakwah Digital PDM (Pimpinan Daerah Muhammadiyah) Kota Surakarta Melalui Website *muhammadiyahsolo.com*", dalam *Journal of Dedicators Community*, Vol 4 No 2 Juli – Desember 2020.

Wally, E. & S Koshy. (2014). “The Use of Instagram as A Marketing Tool by Emirati Female Entrepreneurs: An Exploratory Study”. *International Business Research Conference*, 1–19.

Yusuf, Erick Sofyan Sauri, Ahmad Sukandar, “Manajemen Dakwah Digital dalam Proses Pembelajaran di Era Revolusi Industri 4.0”, dalam *Jurnal Ar- Risalah: Media Keislaman, Pendidikan dan Hukum Islam*, Volume XIX Nomor 2 Tahun 2021.

Zaini, Ahmad, “Dakwah Melalui Internet”, dalam *Jurnal AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*.

<https://www.imanpath.com/>

<https://islamicwellness.id/>

<https://www.instagram.com/imanpath/?hl=id>

<https://www.listennotes.com/id/podcasts/imanpath-imanpath-r62vjnCBsXp/>

<https://www.youtube.com/channel/UCYkrco8-BTQzsMOzAdkbplA>

<https://podcasts.apple.com/ee/podcast/imanpath/id1505722773>

<https://twitter.com/imanpath>

<https://open.spotify.com/show/2R4hmgSsjOG09RgyFqbgUK>

<https://www.facebook.com/imanpath-112035154271281/>