

Agama dan Dakwah Digital: Membentuk Karisma Online melalui Personal Minning

Dede Aji Mardani dan Muhammad Abduh

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Tasikmalaya

E-mail: dedeaji.m@gmail.com

Abstract

This article investigates the construction and transmission of charisma through online channels and its role in the formation of religious identity. Max Weber's observations that charisma inhabits the relationship between a leader and his followers, the researcher argues for a critical review of theoretical models in the twenty-first century virtual form of social encounter. The researcher focuses on the analysis of Muslim congregations in Indonesia and in particular on an influential leader named Abdullah Gymnastiar (Aa Gym). Using digital ethnographic methods, researchers show how Aa Gym constructs online charisma and how its virtual community/congregation is formed around its charismatic claims. The researcher describes how this community virtually interacts with the offline world and finds that several media run by the Aa Gym business entity (MQ FM, DPU-DT, MQ Travel and social media channels) are filled with a distinctive charismatic style that intersects based on their relationship with digital da'wah.

Keywords: *Abdullah Gymnastiar; Digital Da'wah; Personal Mining*

Abstrak

Artikel ini menyelidiki konstruksi dan transmisi karisma melalui saluran online dan perannya dalam pembentukan identitas keagamaan. Max Weber's mengamati bahwa karisma mendiami hubungan antara seorang pemimpin dan pengikutnya, peneliti berpendapat untuk melihat ulang secara kritis dari model teoretis di abad kedua puluh satu bentuk virtual dari perjumpaan sosial. Peneliti memokuskan analisis pada jemaah muslim di Indonesia dan khususnya pada seorang pemimpin berpengaruh bernama Abdullah Gymnastiar (Aa Gym). Menggunakan digital metode etnografi, peneliti menunjukkan bagaimana Aa Gym mengkonstruksi karisma online dan bagaimana komunitas/jemaahnya secara virtual terbentuk seputar klaim karismatiknya. Peneliti menggambarkan bagaimana secara virtual komunitas ini bersinggungan dengan dunia offline dan menemukan bahwa beberapa media yang dijalankan oleh badan usaha Aa Gym (MQ FM, DPU-DT, MQ Travel dan media sosial) dipenuhi dengan gaya karismatik yang khas dan bersinggungan berdasarkan hubungannya dengan dakwah digital.

Kata Kunci: *Abdullah Gymnastiar; Dakwah digital; Personal Minning*

Pendahuluan

Islam sebagai sebuah agama dengan misi sosial untuk menata peradaban manusia, hadir dalam suatu dimensi zaman yang terkandung di dalamnya sebuah konteks budaya. Zaman yang terus beranjak, pelan namun pasti membawa kebudayaan tersebut untuk selalu berubah dan berkembang menjadi lebih baru. Sebagai konteks Islam, budaya senantiasa berubah mengikuti alur yang disuguhkan zaman, akan tetapi hakikat Islam tetap berada pada satu bentuk pijakan. Meskipun keberadaan hakikat Islam tidak berubah, hal ini juga bukan berarti bahwa kemudian Islam hanya berdiam diri di masa lalu.

Dengan berbagai perubahan yang disuguhkan oleh lintas zaman, Islam senantiasa hadir di dalamnya. Hakikat Islam memang tidak berubah, namun bagaimana Islam dikemas, lambat laun penampilan yang ditunjukkannya berubah mengikuti alur budaya zaman. Beriringan dengan budaya yang menaunginya, Islam melintas ruang dan waktu yang menghantarkannya untuk bermetamorfosis.

Dari masa ke masa, al-Qur'an berinteraksi dengan realitas sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan manusia. Dari sinilah al-Qur'an diintegrasikan dengan dunia digital yang menjadi ciri khas masyarakat muslim modern yang pada akhirnya, seiring berkembangnya teknologi di era globalisasi yang begitu pesat ini melahirkan perilaku-perilaku dan pemahaman yang relatif baru dalam kehidupan masyarakat muslim kontemporer. Baik disadari maupun tidak, berbagai macam media ini bersaing dalam memberikan informasi tanpa batas yang mengakibatkan telah terciptanya sebuah gaya hidup masyarakat Muslim.¹

Terdapat berbagai cara istimbath hukum yang pada kelanjutannya disebut sebagai asal hukum yang dipercaya. Kemunculan asal hukum yang baru tak bisa diterima keabsahannya, sehingga tidak heran pro dan kontra tetap bermunculan bahkan sampai saat ini. Terlepas asal pro kontra yang terjadi, bila melihat dari situasi dan syarat masa ini pembaharuan terhadap hukum Islam

¹ M. Baihaqi Fadhil Wafi, Nuzula Ilhami, and Taufiqurohman Taufiqurohman. "Transformasi Perilaku Beragama Masyarakat Muslim Kontemporer: Fenomena Al-Qur'an di Era Digital." *IN RIGHT: Jurnal Agama dan Hak Azazi Manusia* 11, no. 1 (2022): 39-54.

merupakan sebuah keharusan. Masalah yang belum pernah ada pada al-Qur'an dan sunnah terutama terkait ibadah dan muamalat, para fuqaha' memberikan jalan keluar atau melakukan penggalian hukum dengan banyak cara.²

Keberadaan teknologi yang semakin canggih ini, secara cepat mulai menggeser keberadaan media-media lama dalam proses interaksi manusia. Berbagai teknologi mutakhir sebagai media baru telah berhasil memediasi manusia dengan lebih efektif. Demikian juga dengan agama Islam, yang selalu menempatkan diri dalam berbagai dimensi kultural ikut serta mengikuti alur zaman teknologi dengan memanfaatkan segala fasilitasnya. Islam yang dulunya hanya disyiarkan dengan perantara media-media klasik, kini mulai memanfaatkan kemampuan teknologi untuk melanjutkan syiarnya.³

Karisma, seperti yang dipahami Max Weber, masih berlaku dan sering digunakan meski pada di era digital. Hal ini dapat memanifestasikan dirinya dalam para pemimpin politik dan agama terkenal di seluruh dunia dunia, mulai dari Presiden Joko Widodo hingga yang kontroversial Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) yang memiliki pondok pesantren Darut Tauhid, transformasi sumber daya insani⁴. Pemimpin karismatik seperti itu sangat mahir berkomunikasi dengan pengikut mereka, dan jangkauan yang mendunia yang lebih luas, melalui media maya. Presiden Jokowi, misalnya, terkenal karena kecenderungannya untuk menyapa dunia melalui media mainstream televisi, twitter, Setneg dan Aa Gym berkomunikasi dengan pengikut globalnya melalui video youtube samapi memiliki kanal media dari berbagai social.

² Diky Faqih Maulana and Abdul Rozak. "Istihsan as a Finding Method of Progressive Islamic Law in the Industrial Revolution Era 4.0." *El-Mashlahab* 11, no. 2 (2021): 127-145.

³ M. Baihaqi Fadhil Wafi, Nuzula Ilhami, and Taufiqurohman Taufiqurohman. "Transformasi Perilaku Beragama Masyarakat Muslim Kontemporer: Fenomena Al-Qur'an di Era Digital." *IN RIGHT: Jurnal Agama dan Hak Azazi Manusia* 11, no. 1 (2022): 39-54.

⁴ Dede Aji dan Rifki Rosyad, "Religion and Economics: From the Transformation of the Human Capital Index (HCI) to the Economic Sovereignty of Islamic Boarding Schools in Indonesia," *Quantitative Economics and Management Studies* 1, no. 4 (2020): 249-59, <https://doi.org/10.35877/454ri.qcems188>.

Peluang baru serta kendala yang disajikan oleh internet telah menimbulkan serangkaian pertanyaan penting tentang teori karisma Weber. Ini karena teorinya sama memperhatikan proses dengan karisma yang diciptakan dengan apa adanya sama dengan tanda-tanda khusus darinya sebagai manifestasinya⁵. Sebagai bawaan kualitas dalam diri seorang individu, karisma mendiami hubungan yang dinamis antara seorang pemimpin dan pengikutnya seperti untuk bertahan hidup, hal itu tergantung pada pengakuan dan dukungan terus-menerus dari para pengikutnya terhadap pemimpin mereka yang memiliki misi karismatik. Namun bagaimana proses yang terlibat dalam menciptakan karisma apakah secara interpersonal ia merasa terganggu, atau membanggakan? Dengan cara apa karisma diubah, diciptakan, dan berpotensi dikomodifikasi dan dipasarkan, dalam skenario virtual ini? Dan untuk apa karisma dibentuk secara online? sejauh mana karisma online berinteraksi dengan dunia offline terhadap para Jemaah dan pengikutnya?

Meskipun ada literatur yang komprehensif tentang agama online⁶ pertanyaan tentang metamorfosis karisma di era Internet masih sangat kurang dieksplorasi. Cendekiawan agama kontemporer telah menerapkan teori karisma Weber ke dunia modern, tetapi penelitian sebagian besarnya berkaitan dengan media pradigital sebagai media untuk menyampaikannya. Dalam studi⁷, radio serta benda-benda material lainnya seperti kain sarung, mukena, sajadah dan alat salat adalah terungkap sebagai sarana untuk pertemuan spiritual karismatik kepada Tuhan. Pada awalnya alat radio digunakan oleh agamawan atau politikus untuk menularkan ide dan isi khubahnya kepada pengikutnya sekaligus penghubung antara yang memiliki kharismatik dengan pengikutnya. Terdapat perbedaan antara radio dengan media digital yang saat ini ada diantaranya adalah media digital jauh lebih bervariasi cakupannya daripada radio sebagai sebuah media komunikasi, keandalan teknologi jauh lebih jauh dan variatif,

⁵ Andrew D. McCulloch, *Charisma and patronage: Reasoning with Max Weber*, ed. oleh Andrew d McCulloch, *Charisma and Patronage: Reasoning with Max Weber* (England: Ashgate Publishing Limited, 2014).

⁶ Peter J Richerson dan Morten H Christiansen, *Cultural evolution: Society, technology, language, and religion*, vol. 12 (MIT Press, 2013).

⁷ Anderson Blanton, *Hittin'the Prayer Bones: Materiality of Spirit in the Pentecostal South* (UNC Press Books, 2015).

follower yang lebih banyak, akses waktu yang relative cepat dan biaya yang lebih murah. Disini akan diuraikan pula cara baru dalam mengeksplorasi karisma dalam era digital yaitu kemampuan Internet untuk menyalurkan karisma sedemikian rupa sehingga menghubungkan individu satu sama lain dan untuk tujuan politik, moral dan agama yang lebih luas.

Konsep Weber dan Karisma

Sejak publikasi *Ekonomi dan Masyarakat* pada tahun 1922, teori Weber tentang karisma telah mengarahkan pendekatan sosiologis ke studi kepemimpinan di dunia modern⁸ Istilah 'karisma' telah menjadi bahasa sehari-hari di mana-mana idiom, mungkin hanya cocok dengan gagasan Freud tentang 'ego' dalam membuat transfer dari akademis ke leksikon populer⁹. Dalam bahasa sehari-hari, kata tersebut memiliki makna yang lebih luas dan lebih banyak makna daripada dalam definisi Weber dan biasanya kata karisma diindetikan dengan pesona, magnetisme, dan daya tarik.

Dalam pengertian Weberian, bagaimanapun karisma lebih didefinisikan secara khusus, sebagai kualitas tertentu dari kepribadian individu, yang dengannya ia dianggap luar biasa dan diperlakukan sebagai diberkahi dengan magis, supranatural, manusia super, atau setidaknya kekuatan atau kualitas khusus yang luar biasa yang tidak dimiliki oleh semua manusia. Ini seperti sesuatu yang tidak dapat diakses untuk orang biasa, tetapi dianggap sebagai asal ilahi,

⁸ McCulloch, *Charisma and patronage: Reasoning with Max Weber*; Wasisto raharjo Jati, "Agama & Spirit Ekonomi: Studi Etos Kerja Dalam Komparasi Perbandingan Agama," *Al-Qalam* 2 (2013): 264–82; Bruno Dyck, *God on management: The world's largest religions, the "theological turn," and organization and management theory and practice, Research in the Sociology of Organizations*, vol. 41 (Emerald Group Publishing Limited, 2014), <https://doi.org/10.1108/S0733-558X20140000041010>; Sulaeman Al Kumayi, "Semangat Kewirausahaan Dalam Etika Protestan Dan Manajemen Qolbu: Sebuah Perbandingan," *ulumuna, jurnal Studi Keislaman* X (2006): 179–98; Michele Dillon, "The Sociology of Religion," *The New Blackwell Companion to Social Theory*, 2009, 409–27, <https://doi.org/10.1002/9781444304992.ch21>; Dede Aji Mardani, "Spritual Entrepreneurship Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat: Studi Terhadap Tarekat Idrisyah Pageningan Tasikmalaya," *al-Afkar, Journal For Islamic Studies* 2, no. 2, July (2019): 194–206.

⁹ Paul Joosse, "Becoming a God: Max Weber and the social construction of charisma," *Journal of Classical Sociology* 14, no. 3 (2014): 266–83.

pemberian istimewa atau sebagai teladan, dan seterusnya dasar mereka individu yang diperlakukan sebagai 'pemimpin'¹⁰

Karisma awalnya bukan konstruksi Weberian, tetapi diadaptasi dari makna teologis sebelumnya dalam konteks Perjanjian Baru, di mana itu mengacu pada 'karunia kasih karunia' komunal yang dianugerahkan kepada Gereja mula-mula¹¹. Namun, dalam imajiner Weberian, karisma ditransfer dari konteks agama ke non-agama dan bahkan politik dan, yang terpenting, adalah dianggap berasal dari individu daripada komunitas. Kepemimpinan karismatik tergantung pada kualitas yang terkait langsung antara individu itu sendiri dengan dirinya sendiri. Hal ini diidentifikasi sebagai alternatif gaya kepemimpinan lain yang disebut Weber 'tradisional' dan 'rasional-legal', yang keduanya secara inheren birokratis¹². Sebaliknya, di luar kebiasaan struktur akuntabilitas hierarkis, karisma tidak birokratis dan definitif anti rasional¹³. Kategori-kategori tersebut adalah, tidak saling eksklusif dan dimungkinkan untuk satu pemimpin atau sistem kepemimpinan untuk menggunakan lebih dari satu gaya secara bersamaan. Dalam analisis Aa Gym berikut, misalnya, menjadi jelas bahwa karisma dapat berhasil digunakan dalam pertahanan sosial tradisional dan nilai-nilai agama.

Terlepas dari kualitas paradigmatisnya, teori karisma Weber adalah fragmentaris dan tidak lengkap. Oleh karena itu terbuka untuk berbeda interpretasi dan penerimaannya dalam literatur ilmiah. Itu telah menjadi sasaran kritik dari Pierre Bourdieu, yang analisis materialis menolak gagasan karisma yang ada sebagai bawaan kehadiran atau esensi, yang membuatnya menuduh Weber

¹⁰ J Cahnman, "Roth and Wittich (eds.): MAX WEBER-EcoNOMY AND SOCIETY.," t.t.

¹¹ John Potts, *A History of Charisma, A History of Charisma* (Springer, 2009), <https://doi.org/10.1057/9780230244832>.

¹² Vincent J. Roscigno, Guy Oakes, dan Arthur J. Vidich, *Collaboration, Reputation, and Ethics in American Academic Life: Hans H. Gerb and C. Wright Mills, Contemporary Sociology*, vol. 30 (University of Illinois Press, 2001), <https://doi.org/10.2307/3089734>.

¹³ Cahnman, "Roth and Wittich (eds.): MAX WEBER-EcoNOMY AND SOCIETY."

esensialisme¹⁴. Weber tidak memahami karisma sebagai sesuatu yang berdiri sendiri atau beroperasi di bawah segala jenis agensinya sendiri. Sebaliknya, seperti yang disebutkan di atas, ia menunjuk pada hubungan antara seorang pemimpin dan dirinya pengikut sebagai arus utama di mana karisma dibangun, ditegaskan, dan berkelanjutan, melalui proses yang terus-menerus dinamis dan bilateral.

Dengan demikian, Weber dapat menyatakan bahwa pemegang kharisma memiliki tugas yang sesuai untuknya dan menuntut ketaatan dan pengikut berdasarkan misinya. Keberhasilannya menentukan apakah dia menemukan mereka. Klaim karismatiknya rusak jika misinya tidak diakui oleh orang-orang yang kepadanya dia merasa telah diutus¹⁵. Tanpa persetujuan pengikutnya, klaim pemimpin karismatik runtuh. Memang, kecuali jika pemimpin dapat terus menunjukkan bukti karisma baik melalui tindakan diluar nalar keistimewaan, kekuatan oratoris, atau lainnya mengklaim luar biasa yang menarik bagi pengikut, label karismatik larut.

Aa Gym adalah seorang pengkhotbah dan menjadi pendorong utama dalam memanager hati dengan gaya ceramah yang lemah lembut dengan membuat perusahaan Manajemen Qalbu yang sangat terorganisir baik secara individual maupun. Aa Gym adalah pengguna media digital yang produktif untuk mempromosikan ide-ide sentral perusahaan MQ. Ada tiga saluran utama melalui yang dia operasikan secara online: Ceramah keagamaan dan khotbah di YouTube; khotbah video dan vlog yang dapat diakses di situs web MQ; kontribusi yang sering (sebanyak postingan setiap hari, termasuk live streaming dan siaran tunda) dua platform media social yang berbeda yaitu Facebook dan Twitter. Aa Gym memiliki 7.200.000 pengikut di Facebook, youtube 786.000 dan 3.659.161 di Twitter. Ini angka tidak sebanding dengan pengkhotbah lainnya yang seagama atau beda agama dan rekan lainnya Adi Hidayat (432.000 di Facebook, 36.070 di Twitter). Mereka secara signifikan lebih kecil daripada mayor influenser dan

¹⁴ Sam Whimster dan Scott Lash, *Max weber, rationality and modernity*, *Max Weber, Rationality and Modernity* (Routledge, 2014), <https://doi.org/10.4324/9781315823935>.

¹⁵ Paul A. Erickson dan Liam D. Murphy, *Readings for a History of Anthropological Theory, Sixth Edition, Readings for a History of Anthropological Theory, Sixth Edition* (University of Toronto Press, 2021).

public figure yang lain seperti Rafi Ahmad (13 juta di Facebook, 24 juta di Youtube dan 8.4 juta di Twitter, masing-masing) atau tokoh politik seperti Donald Trump (24 juta di Facebook, 41 juta di Twitter).

Keseimbangan yang tidak seimbang ini mencerminkan pangsa pasar yang lebih besar dari yang pertama di Indonesia (214 juta pengguna Facebook dibandingkan dengan 67 juta di Twitter). Rata-rata, postingan Aa Gym di Facebook menarik antara 200 dan 1.500 tanggapan (suka dan subscribe) dan tanggapannya posting di Twitter antara 100 dan 300. Aa Gym bukan satu-satunya pengguna media digital dalam MQ Grup; banyak sekali anggota stafnya berkontribusi pada website, vlog video, artikel, dan buku yang dipromosikan di seluruh platform digital MQ platform. Memang, Aa Gym adalah direktur pendiri MQ dan menempati peran publiknya yang paling menonjol, organisasi di belakangnya adalah berskala besar dan bergantung pada partisipasi sejumlah besar staf untuk beroperasi.

Strategi Abdullah Gymnastiar dalam Dakwah Digital

Antara karisma online dan dunia offline dalam sebuah studi etnografi tentang ajaran dan aktivitas online Aa Gym menunjukkan bahwa dia mencerminkan banyak karakteristik inti Weberian karisma. Di sini, peneliti menyoroti tiga: (1) ia menawarkan kepada para pendukungnya janji keselamatan dari krisis eksistensial; (2) ia menampilkan dirinya sebagai seorang anggota komunitas yang biasa namun ideal; (3) dia mengandalkan teknik oratoris tertentu untuk mengkomunikasikan ide-idenya. Mengidentifikasi karakteristik ini adalah tujuan pertama dari artikel ini, tetapi ini adalah bukan satu-satunya. Tidaklah cukup hanya dengan mengenali karisma online, tetapi perlu untuk menyelidiki lebih jauh dan bertanya bagaimana karisma itu dibangun melalui Internet dan bagaimana cara pemeliharannya. Mengingat pernyataan Weber bahwa karisma mempunyai hubungan antara seorang pemimpin dan pengikutnya, karena itu peneliti mengeksplorasi dua konteks di mana Aa Gym bertemu dengan komunitas pendukung di sekitarnya dia. Yang pertama adalah melalui pertukaran online di media sosial, di mana peneliti menunjukkan bagaimana Aa Gym menggunakan potensi unik Internet untuk konstruksi karisma; yang kedua adalah melalui fisik tidak langsung pertemuan, dalam kunjungan pengikut ke atraksi di Eco Pesantren. Keduanya Museum Penciptaan dan Pertemuan

Bahtera sangat dipromosikan oleh Aa Gym di aktivitas online-nya dan terkait erat dengan karismatiknya kepribadian. Dalam mengenali kontinuitas antara virtual dan fisik, peneliti mengikuti konsensus dalam banyak pelajar baru-baru ini dalam digital antropologi.

Pembagian kategoris antara pengalaman individu melalui online dan pengalaman mereka dalam realitas fisik kehidupan sehari-hari, peneliti melihat pengalaman ini sebagai fenomena yang terjalin erat yang menempati satu. Jadi peneliti mengusulkan itu, sementara Aa Gym menunjukkan karismatiknya kualifikasi untuk beberapa derajat melalui manifestasi online dan interaksi virtual dengan pendukung, klaimnya atas kepemimpinan sangat penting dilengkapi dengan aktivitas MQ di dunia fisik, yaitu: atraksi di Eco Pesantren yang menarik ribuan pengunjung setiap tahun¹⁶. Kehadiran fisik dari pengikut Aa Gym di situs-situs ini, peneliti sarankan, merupakan perpanjangan dari mereka keterlibatan dengannya melalui saluran virtual dan persetujuan mereka atas misi karismatiknya.

Etnografi digital dan kehadiran onlinenya yang produktif membuat studi tentang Aa Gym, dan komunitasnya yang mengelilinginya, sangat cocok untuk etnografi digital. Membangun di atasnya warisan di bidang antropologi, etnografi digital seperti non-digitalnya bergantung pada konstruksi¹⁷ untuk memberikan laporan terperinci dan lokasi dari pengalaman manusia sehari-hari. Digital etnografi tidak serta merta berkaitan dengan luasnya data yang dapat terakumulasi melalui metode online, melainkan dengan menyediakan lokal yang tepat konteks untuk analisis data tersebut¹⁸. Akses ke server data yang luas bukanlah norma bagi para antropolog bekerja dalam konteks non-digital.

Oleh karena itu muncul pertanyaan untuk digital etnografer data mana yang harus dipilih untuk dianalisis, mana yang harus

¹⁶ James S Bielo, "Anthropology, theology, critique," *Critical Research on Religion* 6, no. 1 (2018): 28–34.

¹⁷ Clifford Geertz, *Peddlers And Princes: Social Change and Economic Modernization in Two Indonesian Towns*, THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS CHICAGO, vol. 53 (London: The University of Chicago Press, Ltd., 2015).

¹⁸ Mark Zeitoun dkk., "Reductionist and integrative research approaches to complex water security policy challenges," *Global Environmental Change* 39 (2016): 143–54, <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2016.04.010>.

dilewati, dan bagaimana caranya memastikan representasi yang seimbang dari subjek etnografi di proses. Dilema metodologis yang dihadapi semua pekerja lapangan. Untuk penelitian ini, peneliti berusaha untuk memberikan bobot yang sama dengan tiga platform digital utama di mana Aa Gym beroperasi, meskipun analisis peneliti berkonsentrasi pada dinamika khusus untuk media sosial. Data etnografi diambil dari pengamatan terhadap sekitar 250 kontribusi digitalnya (youtube, instagram, facebook, twiter, website) melalui arsip serta umpan langsung yang mencakup periode enam bulan (Januari 2022–Juli 2022). Komentar dan tanggapan para pendukungnya, serta para pencelanya, juga diamati. Etnografi digital dipisahkan dari rekan non digitalnya dalam hal etnografer mampu mengamati praktik sosial tanpa fisik hadir, atau bahkan terlihat¹⁹. Di dalam beberapa hal, ini adalah situasi ideal bagi pekerja lapangan, yang mampu mengamati informannya seperti gajah di hutan yang aman dalam pengetahuan bahwa kehadirannya tidak mempengaruhi atau membahayakan perilaku kewan mereka.

Dalam pengamatan peneliti terhadap Aa Gym dan pengikutnya, peneliti telah memaksimalkan kesempatan dan telah hadir di sesi 'live streaming' dan online lainnya, namun belum menjadi peserta aktif di utas komentar atau percakapan virtual lainnya, sehingga mempertahankan semacam ketidaktampakan digital sebagai ahli etnografi. Sambil mengakui dilema etika yang melekat dalam hal ini situasi, peneliti mempertahankan anonimitas total dalam artikel ini dan tidak mengungkapkan identitas online atau jenis kelamin kontributor. Dalam menganalisis gagasan Weber tentang kontrak karismatik bilateral antara pemimpin dan pengikut, akan tepat untuk terlibat langsung melalui kasat nyata etnografi kehidupan dengan pendukung Aa Gym sendiri²⁰. Ini akan memuaskannya suara-suara yang berpendapat bahwa apa yang dibutuhkan bukan hanya 'etnografi internet' tetapi 'terkait internet etnografi' yang mengikuti pengguna di

¹⁹ Zeitoun dkk.

²⁰ Jonathan Daniel Rosa, "Standardization, Racialization, Languagelessness: Raciolinguistic Ideologies across Communicative Contexts," *Journal of Linguistic Anthropology* 26, no. 2 (2016): 162–83, <https://doi.org/10.1111/jola.12116>.

beberapa online dan offline komunitas untuk lebih memahami bagaimana bentuk keterlibatan digital dan analog saling konstruksi²¹.

Ancaman Eksistensial dan Aa Gym Sebagai Figur Penyelamat

Pesan yang dikomunikasikan Aa Gym secara online didasarkan pada landasan dari semua klaim kepemimpinan karismatik: konstruksi atau identifikasi ancaman eksistensial di benak para pengikutnya. Bagi Aa Gym, ancaman ini adalah terletak pada kebangkitan relativisme moral dalam masyarakat Indonesia, yaitu kausal terkait dengan penurunan ahlak Islam dan ketahuhan, teologis. Kecemasan ini diartikulasikan sebagai hilangnya keteladanan dan ditemukan dalam resonansi dengan pengikut/jemaah konservatif Aa Gym, memberikan bahan bakar untuk seluruh karyawan, unit usaha dibawah MQ Grup. Dia menjelaskan hal ini dalam khotbah audio YouTube tahun 2022, yang pada saat itu tulisan telah menarik 11.610 tampilan:

“Ta mengatakan kita ini adalah ciptaan Allah tidak ada yang bisa lari dari rencana Allah, Allah yang telah membimbing, tidak ada yang bisa menolak apa yang telah Allah takdirkan, Allah yang Maha Menyakiskan dan mendengarkan semua ciptaan Allah di bentuk dan di ciptakan oleh Allah, bersembunyi kalaupun akan diketahui oleh Allah, berbagialah orang yang haqul yakin kepada Allah. Beruntunglah orang yang dapat predikat kekasih Allah, bahwa barangsiapa yang menyakiti kekasih Allah maka Allah secara tegas menyatakan perang terhadap orang itu seperti yang diungkapkan oleh Ali, tidak boleh mengganggu remeh orang lain. Ciri-ciri kekasih Allah yang pertama adalah banyak ingat kepada Allah, alat ukur dalam mencintai Allah, seberapa cepat kita mengembalikan kepada Allah, makin lambat kepada Allah semakin galau seperti dalam surat ke13, Arrod ayat 28 Ingatlah hanya dengan dzikir kepada Allah hati akan menjadi tenang. Kedua, Seberapa banyak kita memerlukan pertolongan Allah, tapi selalu memerlukan pertolongan Allah untuk perbuatan apa pun”.

Aa Gym menawarkan gagasan dengan manajemen hati agar para pengikutnya selalu mempunyai pemahaman bahwa hanya Allah saja yang tahu dan selalu mengawasi seluruh gerak manusia, hati selalu bersih terhadap semua niat dan tindakan manusia. Dakwah yang

²¹ Rosa.

dilakukan oleh Aa Gym sebagai tokoh yang karismatik tidak hanya dilakukan secara daring namun juga dilakuakn secara tatapmuka. Dukungan untuk elemen inti pengajarannya ini tercermin dalam online percakapan yang terjadi seputar kontribusi media sosial Aa Gym. Format diskusi, pengajian online ini memainkan peran penting dalam konstruksi komunitas karismatik yang mengelilinginya.

Di laman atas posting Facebook yang panjang oleh Aa Gym di awal 2017 bahwa kepasrahan dan keihlasan diri harus bergantung semuanya kepada Tuhan, bukan hanya Aa Gym sendiri yang bisa menyaksikan konsumsi dan pembelaan ini pandangannya oleh para pendukungnya, sehingga memperkuat mandat karismatiknya; Itu komunitas itu sendiri juga menjadi saksi atas dukungan yang sama dan dengan demikian itu memperkuat rasa identitas bersamanya. Komentar tidak berlabuh di waktu atau tempat tertentu, karena media sosial menawarkan layanan arsip dengan jejak digital yang mudah terlacak karena menggunakan siklus algoritma. Diskusi online, pengajian, kajian secara online terus ada di dunia maya lama setelah mereka pertama kali tertulis, dengan potensi untuk Aa Gym sebagai orator digital. Menurut Weber, karisma sangat bergantung pada pribadi yang mengesankan kehadiran atau daya tarik pemimpin dan khususnya diasah dengan baik keterampilan berpidato di mana para pemimpin dapat menyampaikan misi mereka kepada pengikut mereka. Suara, narasi, materi dan intonasi itu penting, karena karisma tidak mungkin ditransmisikan melalui kata-kata tertulis tetapi sebaliknya merupakan pengalaman aural. Para jamaah seperti yang terhipnotis untuk tunduk dan mengikuti apa ang disarankan dan diajarkan oleh Aa Gym, karena mereka meyakini tentang sosok yang religiusitasnya²²

Penyampaian khas Aa Gym sangat penting dan bagian dari persona onlinenya dan pengikutnya sering mendengarnya. Khotbahnya dan tausiyah kepada jamaah dapat diakses dalam bentuk audio visual di canal media social dan situs web <https://www.mqfmnetwork.com/>, <https://dtpeduli.org/>, <https://www.facebook.com/KH.Abdullah.Gymnastiar>, <https://www.instagram.com/>

²² Dede Aji Mardani dan Riska Gunawati, “Apakah Religiusitas sebagai Faktor Penarik Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BMT Idrisiyyah Tasikmalaya),” *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 6, no. 1 (2020): 62–67, <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.79>.

[om/aagym/,https://www.youtube.com/channel/UCwa0rj5KY6bWoVzJtgoiaDw](https://www.youtube.com/channel/UCwa0rj5KY6bWoVzJtgoiaDw). Dimana Aa Gym berbicara langsung ke kamera saat siaran langsung dan mengomentari seluruh kegiatan latar belakang di laman MQ. Secara signifikan, dia juga memiliki acara radio harian, yang disiarkan di seluruh Indonesia oleh lebih 100 stasiun radio lokal.

Dalam banyak rekaman, tausiyah, khotbah dan pesannya, Aa Gym menunjukkan sikap khas sesuai dengan gaya bicara dan pakaian yang dikenakannya. Penekanan pada materi tentang manajemen *qalbu* sebagai satu ikon dan distingsi dari para pendakwah lainnya terdapat pada kata-kata lisan dan gesture sebagai modal utama dalam media komunikasi. Seperti Harding (Harding 2000, 37) berbicara di sini tentang bahasa pengkhotbah dari tradisi ini menjadi diintensifkan, fokus, dan hampir ditunjukkan pada pendengar pada semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja dan dewasa.

Aa Gym menggunakan teknik yang hampir sama, memiliki gaya retorika yang dilucuti dari nuansa dogmatis kitab suci. Strategi oratoris Aa Gym bergantung pada pengulangan kiasan kata-kata tertentu yang menjadi pemantik dari khutbahnya, yang sederhana dan terlatih dengan baik. Banyak dari para pendakwah agama mengandalkan media online dan website secara pribadi untuk menarik dan mendidik para peserta, jemaahnya karena dengan media social lebih mudah, lebih murah serta lebih dapat menjangkau semua pendengar dari dan luar negeri.

Pengaruh Aa Gym sebagai pendakwah memiliki potensi sangat besar dalam merubah dan mentransformasikan nilai-nilai keIslaman sebagai sumber solusi dalam mentauhidkan atau mengesakan nilai-nilai ketuhanan. Transformasi dakwah digital melalui karisma Aa Gym telah mampu menggiring dan membawa para tokoh muda, para milenial dari kalangan artis serta ekonomi menengah. Keberhasilan dakwah digital dan karisma Aa Gym membuat peusahaannya menjadi berkembang yang bergerak di bidang sekola, telekomunikasi, travel, perdagangan, perhotelan, entertainment sebagai pundi dan ladang industrialisasi dari jamaah melalui karismatik Aa Gym.²³

²³ Rifki Rosyad dkk., "Living Work Ethics of Muslim Entrepreneurs in Tasikmalaya City, Indonesia" 7249 (2022); Aji dan Rosyad, "Religion and Economics: From the Transformation of the Human Capital Index (HCI) to the

Fenomena dakwah digital kedepan akan sangat semarak seiring dengan menjamurnya aplikasi-aplikasi yang dapat dipakai oleh para pendakwah yang mempunyai jumlah pengikut terbanyak. Industry social media secara langsung telah merubah paradigma dakwah dan charisma yang sifatnya konvensional menjadi dakwah digital. Nilai karisma tidak lagi diperoleh dari tempat dan dating langsung ke tokoh tertentu namun juga dapat diperoleh melalui media masa, social media dan jaringan internet. Karisma bukan hanya sebatas pembawaan sejak lahir yang melekat pada diri seseorang namun juga kharsima dapat diciptakan oleh siapapun yang mempunyai massa dan pengiktnya. Karisma adalah ketaatan Jemaah kepada seseorang yang dianggap agung tanpa diperintah atau dilarang, karisma merupakan intuisi yang dating kepada seseorang yang special, inilah makna charisma yang sesungguhnya²⁴.

Kesimpulan

Agama singkatnya merupakan suatu tuntunan dan tuntutan kepada manusia untuk menjalani hidup agar mencapai kehidupan yang sejahtera. Tuntunan agama ada pada setiap kitab suci dari Tuhan dan Rasul atau Nabinya agar bisa tersampaikan kepada umatnya. Hingga saat ini, tuntunan agama dapat disampaikan oleh siapa saja yang memahami kajian agama secara mendalam. Aa Gym merupakan seseorang pendakwah atau sebagai orator digital. Dengan karisma yang dimilikinya, dakwah mengenai agama menjadi lebih menarik. Hal itu bergantung pada daya tarik pemimpin atau karena keterampilan berpidato sehingga dapat menyampaikan misi mereka kepada pengikut mereka. Suara, narasi, materi dan intonasi menjadi bumbu dalam dakwah, karena karisma tidak mungkin ditransmisikan melalui kata-kata tertulis tetapi sebaliknya merupakan pengalaman aural. Sehingga ketika personal selaku pendakwah bisa profesional dalam menyampaikan tuntunan, maka ajaran agama tersebut dapat diresapi oleh para jamaahnya dengan berbagai model dakwah.

Economic Sovereignty of Islamic Boarding Schools in Indonesia”; Dede Aji Mardani, “Relasi agama dan ekonomi: Etos kerja pengusaha muslim Kota Tasikmalaya dalam konvergensi Islamic Work Ethic (IWE)” (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2021).

²⁴ McCulloch, *Charisma and patronage: Reasoning with Max Weber*.

Daftar Pustaka

- Aji, Dede, dan Rifki Rosyad. "Religion and Economics : From the Transformation of the Human Capital Index (HCI) to the Economic Sovereignty of Islamic Boarding Schools in Indonesia." *Quantitative Economics and Management Studies* 1, no. 4 (2020): 249–59. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems188>.
- Bielo, James S. "Anthropology, theology, critique." *Critical Research on Religion* 6, no. 1 (2018): 28–34.
- Blanton, Anderson. *Hittin'the Prayer Bones: Materiality of Spirit in the Pentecostal South*. UNC Press Books, 2015.
- Cahnman, J. "Roth and Wittich (eds.): MAX WEBER-EcoNOMY AND SOCIETY,," t.t.
- Dillon, Michele. "The Sociology of Religion." *The New Blackwell Companion to Social Theory*, 2009, 409–27. <https://doi.org/10.1002/9781444304992.ch21>.
- Dyck, Bruno. *God on management: The world's largest religions, the "theological turn," and organization and management theory and practice. Research in the Sociology of Organizations*. Vol. 41. Emerald Group Publishing Limited, 2014. <https://doi.org/10.1108/S0733-558X20140000041010>.
- Erickson, Paul A., dan Liam D. Murphy. *Readings for a History of Anthropological Theory, Sixth Edition. Readings for a History of Anthropological Theory, Sixth Edition*. University of Toronto Press, 2021.
- Geertz, Clifford. *Peddlers And Princes: Social Change and Economic Modernization in Two Indonesian Towns*. THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS CHICAGO. Vol. 53. London: The University of Chicago Press, Ltd., 2015.
- Jati, Wasisto raharjo. "Agama & Spirit Ekonomi: Studi Etos Kerja Dalam Komparasi Perbandingan Agama." *Al Qalam* 2 (2013): 264–82.
- Joose, Paul. "Becoming a God: Max Weber and the social construction of charisma." *Journal of Classical Sociology* 14, no. 3 (2014): 266–83.

- Kumayi, Sulaeman Al. "Semangat Kewirausahaan Dalam Etika Protestan Dan Manajemen Qolbu: Sebuah Perbandingan." *ulumuna, jurnal Studi Keislaman X* (2006): 179–98.
- Mardani, Dede Aji. "Relasi agama dan ekonomi: Etos kerja pengusaha muslim Kota Tasikmalaya dalam konvergensi Islamic Work Ethic (IWE)." UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2021.
- . "Spritual Entrepreneurship Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat: Studi Terhadap Tarekat Idrisiyah Pageningan Tasikmalaya." *al-Afkar, Journal For Islamic Studies* 2, no. 2, July (2019): 194–206.
- Mardani, Dede Aji, dan Riska Gunawati. "Apakah Religiusitas sebagai Faktor Penarik Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BMT Idrisiyyah Tasikmalaya)." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 6, no. 1 (2020): 62–67. <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.79>.
- Maulana, Diky Faqih, and Abdul Rozak. "Istihsan as a Finding Method of Progressive Islamic Law in the Industrial Revolution Era 4.0." *El-Mashlahab* 11, no. 2 (2021): 127-145.
- McCulloch, Andrew D. *Charisma and patronage: Reasoning with Max Weber*. Disunting oleh Andrew d McCulloch. *Charisma and Patronage: Reasoning with Max Weber*. England: Ashgate Publishing Limited, 2014.
- Potts, John. *A History of Charisma. A History of Charisma*. Springer, 2009. <https://doi.org/10.1057/9780230244832>.
- Richerson, Peter J, dan Morten H Christiansen. *Cultural evolution: Society, technology, language, and religion*. Vol. 12. MIT Press, 2013.
- Rosa, Jonathan Daniel. "Standardization, Racialization, Languagelessness: Raciolinguistic Ideologies across Communicative Contexts." *Journal of Linguistic Anthropology* 26, no. 2 (2016): 162–83. <https://doi.org/10.1111/jola.12116>.
- Roscigno, Vincent J., Guy Oakes, dan Arthur J. Vidich. *Collaboration, Reputation, and Ethics in American Academic Life: Hans H. Gerth and C. Wright Mills. Contemporary Sociology*. Vol. 30. University of Illinois Press, 2001. <https://doi.org/10.2307/3089734>.

- Rosyad, Rifki, Dede Aji Mardani, Wan Zailan, dan Wan Kamaruddin. "Living Work Ethics of Muslim Entrepreneurs in Tasikmalaya City, Indonesia" 7249 (2022).
- Wafi, M. Baihaqi Fadhilil, Nuzula Ilhami, and Taufiqurohman Taufiqurohman. "Transformasi Perilaku Beragama Masyarakat Muslim Kontemporer: Fenomena Al-Qur'an di Era Digital." *IN RIGHT: Jurnal Agama dan Hak Azazi Manusia* 11, no. 1 (2022): 39-54.
- Whimster, Sam, dan Scott Lash. *Max weber, rationality and modernity. Max Weber, Rationality and Modernity*. Routledge, 2014. <https://doi.org/10.4324/9781315823935>.
- Zeitoun, Mark, Bruce Lankford, Tobias Krueger, Tim Forsyth, Richard Carter, Arjen Y. Hoekstra, Richard Taylor, dkk. "Reductionist and integrative research approaches to complex water security policy challenges." *Global Environmental Change* 39 (2016): 143–54. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2016.04.010>.