

MUSLIM TANPA MAJELIS:

PERUBAHAN SOSIO-RELIGIOUS IJAZAH AMALAN DZIKIR

Juma'

UIN Sunan Ampel Surabaya

juma@uinsa.ac.id

Abstrak:

Penelitian ini membahas perubahan masyarakat kontemporer dalam menerima ijazah amalan dzikir online. Dengan penelusuran sumber di sosial media X, Instagram dan Youtube, penelitian ini mengungkapkan pesatnya dunia digital dapat mempengaruhi pengalaman spiritual masyarakat dan perubahan relasi sosial-spiritual guru dan murid dalam memperoleh ijazah dzikir dan mengamalkan amalan dzikir. Ijazah amalan dzikir online menjadi dimensi baru di tengah pesatnya gemerlap dunia digital. Masyarakat dengan mudah memperoleh, mengamalkan dan mempraktikkan amalan dzikir secara cepat tanpa batas ruang dan waktu, bahkan tanpa keterhubungan langsung dengan guru spiritual (kiai, ustadz). Teori double movement-nya Fazlur Rahman diadaptasi untuk melihat kontestasi masyarakat digital (komunitas virtual) dan masyarakat tradisional dalam memperoleh ijazah dan mempraktikkan amalan dzikir. Dalam komunitas virtual masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan dan mengamalkan ijazah amalan dzikir online tanpa perlu memperhatikan sanad ijazah amalan, sementara masyarakat tradisional memiliki parameter yang kuat tentang sanad ijazah amalan dzikir. Perbedaan ruang dan cara pandang membuat kultur masyarakat berbeda pula; masyarakat virtual dapat memperoleh dan mengamalkan amalan dzikir dari mana saja, sementara masyarakat tradisional memandang pentingnya "nyantri" atau sowan ke kiai untuk mendapatkan ijazah amalan dzikir. Penelitian ini keluar dari perdebatan tentang keabsahan atau legalitas dari ijazah amalan dzikir, guna memberikan ruang diskusi lebih luas bagi perubahan sosial masyarakat di tengah himpitan dunia digital.

Kata Kunci: *ijazah amaliyah, perubahan sosial, masyarakat kontemporer*

PENDAHULUAN

Penggunaan sosial media telah mengubah interaksi sosial masyarakat. Perkembangan sosial media memudahkan manusia untuk berinteraksi dengan yang lain tanpa perlu mengenal secara langsung. Penelitian ini mendeskripsikan maraknya akun sosial media, baik Instagram, Twitter/X dan Youtube yang memuat konten amalan ijazah secara online.

Maraknya akun sosial media yang memuat konten amalan dzikir tidak lepas dari gerak laju cepat teknologi informasi yang memudahkan manusia mengakses aplikasi di gawai. Perkembangan teknologi ini bukan hanya mengubah pola interaksi sosial masyarakat tetapi mengubah cara pandang agama masyarakat.

Perubahan sosial masyarakat akibat laju pesatnya teknologi digambarkan oleh Caputo dengan sebuah ungkapan bahwa "kita dapat mendengar dan melihat wajah orang lain yang sedang kita cari di program pemrosesan kata kita." (Caputo, 2001) Dengan perkembangan teknologi dan munculnya berbagai aplikasi membuat manusia tidak perlu bersentuhan fisik, tidak perlu membawa diri kita ke tempat tertentu, dan tidak perlu melakukan perjalanan jauh untuk mengakses literature di berbagai dunia.

Adanya perubahan ini membuat manusia beralih dari interaksi fisik menjadi interaksi online/maya. Orang mudah mengakses pengajian hanya lewat youtube tanpa perlu menghadiri majelis. Orang mudah mendapatkan amalan dzikir tanpa perlu sowan guru ngaji atau kiai. Orang lebih mudah belajar agama lewat google, instagram, youtube dan twitter.

Hanya dengan menuliskan "Qobiltu ustadz," "Qabiltu kiai," "Ijin mengamalkan kiai," di sebuah kolom komentar sosial media, orang sudah mendapatkan amalan dzikir. Dengan memfollow akun dan channel tertentu, kita sudah dapat mengakses dan mendapatkan amalan dzikir. Hanya dengan pencarian di aplikasi socmed, kita sudah menemukan amalan tersebar dan dapat mengamalkannya.

Fenemona ini telah mengglobal, bukan hanya di kalangan milenial dan gen Z, tetapi generasi tua pun (babyboomer) dapat dengan mudah mengakses dan mengamalkan dzikir. Penelitian ini mendeskripsikan fenemona pengalaman ijazah online di sosial media, seperti Youtube, IG dan Twitter. Pemilihan tiga media tersebut untuk

menganalisis konten yang berbentuk gambar, video dan teks. Di mana, ketiganya menampilkan konten amaliyah ijazah yang disebarakan ke khalayak publik seraya menyertakan sebuah caption: “silahkan tulis qobiltu untuk mengamalkan.” Di Youtube orang akan mendapatkan amalan lewat suara dan teks dari pemilik akun. Di Instagram, orang akan menemukan gambar yang berisi tentang sebuah amalan beserta caption dari amalan tersebut. Sedangkan, di Twitter orang biasanya akan membuat thread atau utas untuk menjelaskan amalan tertentu, yang diakhiri dengan tulisan; “tuliskan qobiltu untuk mengamalkan.”

Dalam penelitian ini, penulis tidak akan fokus ke ranah legalitas ijazah amalan dzikir di sosial media, tetapi bagaimana amaliyah itu dilihat dari pendekatan sosio-historis, berupa teks dan konteks yang berlaku di dalamnya. Pertanyaannya; kenapa orang lebih memilih sosial media sebagai sarana mendapatkan ijazah atau amaliyah; bagaimana kriteria amaliyah tersebut dapat dikatakan otoritatif dan legitimate saat diamalkan; dan bagaimana konteks amaliyah atau ijazah di sosial media ini dapat diamalkan?

Penelitian ini menggunakan pendekatan historis sosiologis Fazlur Rahman.(Fatimah, 2015) Pendekatan historis untuk melihat perubahan masyarakat dalam memperoleh amalan ijazah, dari sebelum internet ke masa sekarang. Aspek sosiologis untuk memahami perubahan karakteristik dari masyarakat digital yang lebih mudah mendapatkan amalan atau ijazah. Perubahan tersebut berupa perubahan perilaku keagamaan dan cara pandang masyarakat dalam menerima dan mendapatkan ijazah amalan. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari observasi secara random (*random sampling*) di Youtube, Instagram, dan X/Twitter dengan kata kunci “ijazah amalan” dan “amalan dzikir”, data pendukung diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, dan sumber lain yang relevan.

Dengan mengadaptasi teori *double movement* Fazlur Rahman, konteks amalan ijazah masa lalu dan konteks masyarakat hari ini. Secara teoritik, teori *double movement* menegaskan bahwa interpretasi terhadap penafsiran alquran harus dilihat dari historisitas turunnya alquran dan kembali lagi ke masa sekarang.(Fatimah, 2015) (Sifa & Aziz, 2018) Dengan teori ini, penelitian ini akan menganalisis konteks historis dari ijazah amalan dzikir masyarakat tradisional, untuk menemukan aktualitas dari ijazah amalan di

era digital. Sehingga, akan ditemukan variabel tentang perubahan yang terjadi di tengah fenomena ijazah amalan dzikir di internet dan sosial media.

PEMBAHASAN

A. Sosial Media dan Dakwah Virtual

Sosial Media menjadi alat dakwah yang efektif di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan informasi. Kajian tentang penggunaan media sosial sebagai alat dakwah telah banyak dilakukan oleh (Hidayatullah, 2016) menuliskan tentang efektifitas kultwit/thread yang dilakukan oleh akun dakwah dalam penyiaran islam, (Fernando et al., 2022), (Yuna & Sikumbang, 2023), (Zulaikha, 2016), dan (Hafizh, 2019) memotret penggunaan akun Instagram dan Twitter sebagai media dakwah. baik dilakukan oleh ustadz atau ustadz salebriti. Penelitian (Qudsy, 2020) membahas tentang pro dan kontra penggunaan azimat dalam masyarakat online dalam hadis, dimana pro dan kontra sama-sama menggunakan kitab yang sama sebagai rujukannya. Penelitian lain tentang azimat dilakukan oleh (Chairunnisa Ahsana AS, 2017) yang membahas teks azimat di aceh, baik berupa benda atau tulisan azimat yang dipercaya memiliki magis bagi pemiliknya. Dari penelitian tersebut, praktis tidak ada pembahasan tentang ijazah amalan dzikir dalam masyarakat virtual.

Perkembangan teknologi dan informasi telah memunculkan banyak aplikasi media sosial di dalamnya. Indonesia termasuk negara dengan pengguna sosial media aktif. Aplikasi media sosial seperti, Facebook, Twitter/X, Youtube, Instagram dan whatsapp telah membuka ruang interaksi tanpa sekat. Manusia dapat terhubung satu dengan lainnya tanpa batasan waktu, dan tidak ada batasan teritori di dalamnya. (Yaumi, 2018) selain itu, Nasrullah menjabarkan media sebagai berikut:

“Media sosial dalam konteks media baru memiliki beberapa karakteristik, antara lain; *Pertama*, jaringan sosial. *Kedua*, informasi sebagai komoditas utama. *Ketiga*, informasi yang telah ter-posting menjadi arsip dari kesemua informasi. *Keempat*, interaksi nir-kabel. Kelima, seolah seperti realitas media itu sendiri. *Keenam*, konten oleh pengguna (user generated content). Ketujuh, penyebaran, yakni informasi tidak hanya dapat dikonsumsi oleh penggunaannya namun dapat disebarluaskan sehingga pengguna lain dapat menyaksikan informasi tersebut.” (Narsullah, 2017)

Media sosial memang telah dimanfaatkan dengan sebaik mungkin oleh berbagai kalangan untuk menyebarkan konten. Para dai, ustadz dan kiai menyebarkan konten ceramah, doa dan amalan di media sosial. Massifnya sebaran konten bernuansa agama atau konten agama secara langsung atau tidak telah berpengaruh terhadap perubahan sosial masyarakat. (Abdullah, 2019) Masyarakat yang awalnya harus hadir langsung dari majelis ke majelis berubah drastis, cukup dengan membuka sosial media, lalu mengetik di pencarian, tinggal nonton dan mendengarkan ceramah atau konten berbasis agama lainnya.

Jaringan dakwah lewat media sosial, dalam penelitian Greg Fealy (2000), telah bermula sejak kemunculan Abdullah Gymnaastiar (Aa Gym) yang menjadi seleb dakwah di televisi Indonesia. Popularitas Aa Gym ini diikuti oleh ustadz lain seperti Ustadz Arifin Ilham, Jeffry al-Buchory, dan Yusuf Mansur, yang mereka pun memanfaatkan teknologi berupa televisi sebagai media dakwahnya. (Haryadi, 2020)

Nafi' Muthohirin (Muthohirin, 2015) mengatakan bahwa cara ini memang sengaja dilakukan mereka. Strategi yang digunakan oleh kelompok radikal dengan cara mempengaruhi generasi muda yang aktif di media sosial. Generasi muda yang menjadi target mereka berasal dari kalangan siswa atau mahasiswa yang nota benenya berasal dari sekolah umum atau mereka yang tidak punya basic pesantren.

Kondisi ini membuat adanya perubahan pola interaksi dan pergeseran otoritas keagamaan di kalangan generasi muda (Jinan, 2012). Mereka yang tidak dibekali dengan basic pengetahuan agama yang kuat akan dengan mudah terpengaruh dan ikut dengan tren yang dibawa oleh ustadz idola tersebut. Segala hal, baik konten dakwah, cara berpenampilan, dan berpakaian akan mudah diikuti oleh mereka, karena mereka telah punya idola sebagai preferensinya.

Channel Youtube, akun Instagram, dan akun twitter banyak digunakan untuk menyebarkan amalan dan dzikir. Banyak masyarakat yang menggunakan sosial media dan internet untuk mencari problem solving atas hidupnya. Mereka menjelajahi dunia digital dan internet untuk mencari channel atau akun yang kontennya berisi dakwah atau amalan dzikir tertentu untuk diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

Gejala masyarakat yang lebih cenderung menggunakan internet atau media sosial sebagai media bertanya persoalan agama, disebut *Islamic authority online* (fatwa online.) (Bunt, 2003) Konsep tersebut, menekankan ruang virtual sebagai sarana berbagi dan mendapatkan informasi tentang persoalan keagamaan. (Yaumi, 2018)

Media sosial sebagai ruang terbuka sangat mudah diakses oleh siapa pun. Konten yang ada pun hadir tanpa ada kontrol dan batasan. Orang dengan mudah membuat konten keagamaan atau konten apa pun tanpa ada kontrol yang jelas. Sehingga, mudah bagi masyarakat untuk mengakses konten tersebut dan mengikuti apa yang ada di dalam konten itu sendiri. Konten tanpa verifikasi dan validasi ini berpotensi dapat memuat informasi keliru bahkan bermuatan ekstrimis. (Ahmad, 2014)

Saat ini muslim-muslim baru, dan bahkan non-muslim tertarik untuk mempelajari lebih banyak tentang Islam, hanya butuh untuk menjelajahi website untuk belajar lebih banyak tentang agama dengan pertumbuhan tercepat ini. Kenyataannya, banyak muallaf yang mengakui bahwa internet merupakan bagian tak terpisahkan dari kepindahan mereka pada Islam, seperti mereka bertemu seorang muslim yang sedang *online* dan membantu menjawab pertanyaan mereka atau menemukan informasi yang dibutuhkan di sebuah situs Islam (Mutohharun Jinan., 2013).

Fenomena ini sangat lumrah terjadi di era digital. Media sosial tidak memberi ruang kepada audien untuk membuka wacana doktrin yang formal dan membosankan, laiknya ceramah online. Potongan video pendek, dan quotes menjadi alat interaksi antara audiens dan penceramah. Audiens dengan mudah berkomentar dan bertanya di kolom komentar akun sosial media mereka.

Sayangnya, konten yang bertebaran di media sosial banyak dikuasai oleh narasi keagamaan yang sempit, cenderung melahirkan pemahaman keagamaan yang ortodoks dan mudah menyalahkan kelompok lain. Dari sini, muncul kelompok muslim baru yang memiliki pemahaman keagamaan yang fanatic dan mudah menyalahkan (untuk tidak mengatakan mudah mengkafirkan) kelompok lain yang berbeda pemahaman keagamaan. Bermodal pengetahuan keagamaan dari ruang digital, mereka membentuk identitas keislaman yang kaku.

Media sosial telah membuat otoritas keagamaan di dalam masyarakat mengalami pergeseran yang cukup signifikan. Lahirnya terminologi *cyberreligion* menjadi tanda bahwa masyarakat telah mengalami semacam candu akan internet dan lebih banyak mengandalkan internet untuk belajar agama. Masyarakat lebih suka membuka channel youtube, IG ustadz, dan FP Facebook penceramah untuk belajar agama.

Dari sini, otoritas keagamaan sudah beralih dari personal menjadi impersonal. Berubahnya otoritas keagamaan ini membuat masyarakat dengan mudah mendapatkan pengetahuan keagamaan tanpa harus bertatap muka langsung atau belajar langsung ke kiai. (Jinan, 2012) Bermodal komen “qobilbu ijin mengamalkan” atau “terima kasih atas ceramah yang mencerahkan”, masyarakat seolah mendapatkan sanad ilmu yang baik untuk diamalkan. Dari fenomena ini, muncul persoalan mendasar betapa era digital telah menyediakan seluruh kebutuhan masyarakat tanpa harus bersusah payah belajar di sebuah ruang pengajian.

Fenomena konsumerisme dan komodifikasi agama. Ilmu pengetahuan yang didapatkan dari media sosial memungkinkan orang dengan mudah pula mengamalkannya. Pengetahuan tersebut dapat menjadi sandaran pula bagi masyarakat untuk bertindak sesuai narasi konten yang ada. Padahal, konten tersebut sangat “liar” dan tanpa ada kontrol apa pun. Bisa jadi, konten itu berupa konten bermuatan radikal dan intoleran, bisa pula bernuansa toleran, moderat dan ajaran kasih sayang (Ahmadi, 2019).

B. Perubahan Sosio-Historis Ijazah Amalan Dzikir

Ijazah amalan dzikir dapat dimaknai sebagai laku tirakat yang ditempuh seorang muslim untuk mengamalkan sebuah amalan agar mendapatkan berkah, dan mencapai keberhasilan dalam tujuan hidupnya. Ijazah berasal dari bahasa arab “ijazah” yang berarti boleh. Ijazah berarti membolehkan atau dapat memberi izin. Secara tradisional, ijazah berarti pemberian sebuah amalan dzikir dari seorang guru yang memiliki sanad sampai pada pengarang kitab atau wirid dan amalan tertentu yang sampai pada periwayat dan yang mengamalkannya. (Forumkajian, 2010)

Ijazah dapat dikatakan sebagai pernyataan restu dari seorang guru (kiai) kepada muridnya untuk mengamalkan atau menggunakan amalan atau wirid dan memberikan

pula kepada santri lainnya. Ijazah ini, juga dapat menentukan “kemanjuran” atau tidaknya suatu amalan. (Shofa, 2002)

Dalam pemberian sebuah ijazah, seorang kiai biasanya akan memberikan urutan-urutan para kiai yang mengajarkan amalan atau wirid tersebut, bahkan nama guru hingga pengarangnya. Rangkain nama-nama guru tersebut biasanya disebut dengan sanad ijazah. Sanad ijazah ini memiliki perbedaan dengan sanad hadist, walau pun fungsinya tetap sama, yaitu tersambungny satu periwayatan atau periwayat dengan periwayat lain.

Guna mendapatkan ijazah, sebelum kemajuan teknologi dan informasi, seorang yang ingin mendapatkan amalan atau wirid tertentu, harus sowan ke kiai atau mursid tertentu untuk meminta ijazah. Walau pun ada perdebatan soal ijazah ini, tetapi poin penting dari ijazah ini adalah kejelasan sanad dan silsilah dari amalan yang kita amalkan. (Ibad, 2010)

Seorang kiai atau mursyid yang memiliki kemampuan atau amalan tertentu, biasanya bukan hanya memberikan ijazah kepada masyarakat atau santri, tetapi juga melakukan pembaiatan, sebagaimana yang dilakukan di tarekat-tarekat. Orang yang telah diberikan ijazah amalan dzikir atau wirid, mereka diperbolehkan oleh kiai untuk mengijazahkan kepada orang lain, kecuali ijazah tertentu yang memang khusus diberikan kepada santri tersebut dan tidak boleh diijazahkan tanpa seijin kiainya. (Shofa, 2002)

Zaman sebelum internet, orang mengamalkan sebuah amalan dengan menempuh jalur ijazah *talaqqi*, yaitu hadir langsung di sebuah majelis ulama atau kiai. Sementara ketika, media dan informasi telah menguasai seluruh elemen kehidupan masyarakat, orang menjadi lebih mudah mengamalkan sebuah amalan hanya berbekal *searching* di dunia maya, seperti Youtube, IG dan Twitter.

Media sosial telah mengubah metode mendapatkan dan mengamalkan ijazaha amalan dzikir. Hari ini, masyarakat mendapatkan ijazah tanpa harus sowan ke kiai, mereka cukup membuka aplikasi sosial media, dan *searching* kata kunci “amalan dzikir” atau “ijazah dzikir”. Masyarakat tradisonal masih memperhatikan rangkaian sanad amalan dzikir, sementara masyarakat modern lebih mengedepankan pada kemudahan mendapatkan dzikir.

Perubahan tersebut tidak dapat dielakkan, dunia digital menyediakan semua kebutuhan manusia. Masyarakat hanya perlu menyesuaikan aspek tradisionalisme ijazah amalan dzikir di era digital. Aspek tradisioanalisme yang dimaksud berupa isi dan rangkaian periwayatan ijazah amalan dzikir. Karena, banyak ulama, kiai atau ustadz yang menyebarkan amalan di akun dan channel sosial medianya sendiri. Aspek selektif dalam mencari dan mendapatkan ijazah amalan harus menjadi pertimbangan lain bagi masyarakat dalam mengamalkan amalan dzikir, bukan hanya pada kegunaan dan fungsi dari amalan dzikir tersebut.

C. Ijazah Amalan Dzikir; dari Majelis ke Virtual

Sosial media (Twitter/X, Instagram dan Youtube) memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk mengamalkan dzikir. Dengan mengupload video, teks, dan foto tentang amalan dzikir membuat setiap orang mudah menerima ijazah amalan dzikir dan mengamalkannya setiap saat.

Dalam pembahasan akan dideskripsikan karakteristik konten ijazah amalan dzikir di sosial media. Berdasarkan penelusuran di pencarian sosial media (Twitter, Instagram dan Youtube) peneliti menemukan berbagai macam ijazah amalan dzikir. Karakteristik konten ijazah amalan dzikir dapat di sosial media sebagai berikut:

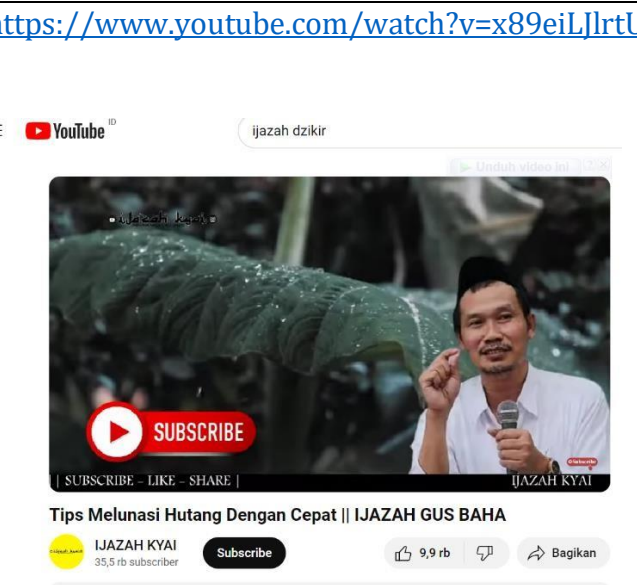
No.	Akun IG	Amalan Ijazah	Gambar/Link Video
1	sabdaulamanu	Amalan sesudah solat fardhu untuk keberkatan dan kemewahan rejeki	
2	Gusbahagram	Ijazah salam masuk rumah agar rejeki lancar	

3	semburat_2102	Ijazah dari Habib Abdul Qadir bin Ahmad Assegaf yang terbukti sangat dahsyat untuk mengurai berbagai kesulitan hidup	
4	Gusbahagram	Ijazah wirid mbah Moen agar murah rejeki dalam rumah tangga	
5	sabnaulamanu	Ijazah dari KH. Bangkalan, ketika masuk rumah membaca "assalamualaina wa aladillallahissholihin" dan membaca "surat al-ikhlas 1x"	
6	sarung.ulama	Ijazah membaca Solawat 1000x	

Youtube

No	Channel	Amalan Ijazah	
----	---------	---------------	--

	Sultonul quluby	Amalan ijazah dari Habib Ahmad bin Novel, membaca “Ya Hannan, Ya Mannan, Ya Fattah, Ya Rozzaq, Ya Ghaniy, Ya Mughni” jumlah bacaan terserah. Dibaca untuk urusan dengan keuangan	https://www.youtube.com/watch?v=gY3xSu u Z8 
2	Nabawitv	Membaca dzikir “La ilaha illa Allah, al-malikul haqqul mubin” dibaca 100 kali setiap hari. Faedah terbukanya pintu surga, terbukanya pintu kekayaan, aman dari pintu kefaqiran. Setelah itu bacaannya disempurnakan dengan bacaan “Muhammad Rasulullah, Shodiqul wa’dil amin.”	https://www.youtube.com/watch?v=-GrGwUXtjjk 
3	Nuonline	Amalan dari KH. Miftakhul Akhyar, membaca “Lahaula walakuata illabillahil aliyiyil ‘adzim. 100x	https://www.youtube.com/watch?v= 1YyK-cL2Ms

		Ya Latifu 129x Ba'da Maghrib (kalau mendesak dibaca 129x129)"	 ijazah dzikir Amalan Pembuka Pintu Rezeki - KH Miftachul Akhyar NU Online 1,25 jt subscriber
4	Ijazah kyai	بَلِّغْنَا بِطَيْبِ لِسَانِكَ بَلِّغْنَا بِطَيْبِ لِسَانِكَ بَلِّغْنَا بِطَيْبِ لِسَانِكَ بَلِّغْنَا بِطَيْبِ لِسَانِكَ بَلِّغْنَا بِطَيْبِ لِسَانِكَ Allahumma la ya'ti bil hasanati illa anta, wa la yazhabu bis sayyi- ati illa anta, wa la haula wa la quwwata illa billah.	https://www.youtube.com/watch?v=x89eiLJlrtU  ijazah dzikir Tips Melunasi Hutang Dengan Cepat IJAZAH GUS BAH IJAZAH KYAI 35,5 rb subscriber
5	nuonline	Baca setiap bakda maghrib dan shubuh - Ya Lathif 129x - baca 9x : Allahu lathifum bi'ibadihi yarzuqu may yasya', wahuwal qowiyyul aziz - Allahumma sholli ala sayyidina	https://www.youtube.com/watch?v=mm53ljocHWM

		Muhammad wa ala ali Muhammad - baca doa : Allahumma wasi' alayya rizqi Allahumma aththif alayya khalqak Allahumma kama shunta wajhi 'anis sujuudi lighairik, Fashunhu'an dzulli su aali lighairik, birohmatika ya arhamarrohimin	
--	--	---	--

Twitter/X

No	Akun	Amalan Ijazah	Gambar
----	------	---------------	--------

1	@dakwahpbnu	Amalan ijazah terhindar dari penyakit wahn (penyakit cinta dunia dan takut mati)	
2	@fatimah59708894	Amalan agar anak gak bandel dan biar nurut sama orangtua. Faedah dari para salafus sholeh: Barangsiapa membaca ayat "wala sawfa yu'thiika robbuka fatardhoo" setiap hari sebanyak 102 kali,	
3	@hafidzAlattas	Dzikir utk mengatasi kesulitan dan kemurungan ijazah guru kami Habib Ali Zainal Abidin Al-Hamid @Darul_Murtadza	

4	@azdinawawi	Amalan agar terhindar dari marabahaya	
5	@fatimah59708894	Amalan memabca لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْحَيُّ الْقَيُّومُ لَا تَأْخُذُهُ سِنَةٌ وَلَا نَوْمٌ لَهُ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ مَنْ ذَا الَّذِي يَشْفَعُ عِنْدَهُ إِلَّا بِإِذْنِهِ يَعْلَمُ مَا بَيْنَ أَيْدِيهِمْ وَمَا خَلْفَ أَيْدِيهِمْ وَلَا يُحِيطُ بِشَيْءٍ إِلَّا بِمَا شَاءَ وَسِعَ كُرْسِيُّهُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ وَلَا يَئُودُهُ حِفْظُهُمَا وَهُوَ الْعَلِيُّ الْعَظِيمُ Laysa laha mindunillahi kasyifah.” Dibaca 1150x	

Data di atas diperoleh berdasarkan pecarian di aplikasi sosial media dengan kata kunci “Ijazah amalan” atau “Ijazah dzikir”. Data tersebut memperlihatkan bahwa bahwa konten populer ijazah amalan berupa ijazah tentang kemudahan rejeki. Kecanggihan

teknologi telah mengubah habit dan metode mendapatkan ijazah amalan. Dalam masyarakat digital, ijazah atau amalan bukan lagi sebagai sesuatu yang eksklusif dan privat.

Dalam penelitian ini, ada beberapa kecenderungan ijazah amalan berdasarkan pencarian populer di social media; youtube, Instagram, dan twitter/X. Secara umum, amalan ijazah yang digandrungi berupa amalan tentang rejeki, walau pun ada beberapa amalan populer di social media, tentang penyakit hati, kesedihan, anak bandel, dan ketenangan hati.

Ijazah amalan tersebut pun tersebar ke dalam beberapa akun anonym dan official, misalnya nuonline, dakwahpbnu, ijazah kyai, nabawitv, sultonul quluby, semburat, sabdaulamanu, dan lain sebagainya.

Perkembangan teknologi telah mengubah lanskap komunikasi dan interaksi sosial masyarakat. (Abdullah, 2019) Masyarakat mengakses dan mendapatkan ijazah di depan gawai mereka. Bahkan, dengan akun anonym sekalipun, mereka mendapatkan ijazah amalan dzikir. Disini, otoritas keagamaan seorang kiai menjadi sebuah tanda tanya.

Di tengah hiruk pikuk merebaknya amalan ijazah di media sosial, ada beberapa persoalan yang perlu dapat dijadikan sebagai bahan kajian; *pertama*, kehadssiran sosial media, telah mengaburkan konsep ijazah tradisonal. Pengkaburan ini dapat dilihat dari fungsi dan kemanfaatan dari ijazah tersebut. Masyarakat modern lebih menggandrungi atau populer pencarian dengan kata kunci ijazah mendapatkan rejeki.

Kedua, problem sanad dan periwayatan ijazah amalan dzikir. Ketika konten ijazah amalan dzikir diupload di sosial media, ada beberapa yang tidak mencantumkan periwayatan dan sanad wirid tersebut. Bahkan, konten tersebut ada yang diupload di channel youtube anonym, atau akun sosial media (IG/X) anonym, seperti akun semburat, sabdaulamanu. Dari sini, terlihat bahwa ketersambungan sanad dzikir atau wirid menjadi tidak jelas atau bermasalah.

Ketiga, otoritas keagamaan yang semakin terbuka. Sosial media telah memberikan peluang yang besar bagi semua orang untuk membuat konten di sosial media. Peluang ini dimanfaatkan oleh orang untuk membuat channel atau akun anonym untuk mendapatkan *adsense*. Keberadaan akun atau channel anonym yang mengupload konten

ijazah dzikir, secara langsung atau tidak langsung telah mengaburkan periwayatan dan sanda wirid atau dzikir. Dengan nada yang sama, keberadaan akun atau channel itu membuat masyarakat tidak perlu memperhatikan dari siapa ijazah dzikir itu didapatkan, yang penting sesuai dengan keinginan dari masyarakat itu sendiri. Dari sini, ijazah lebih berkonotasi pada fungsinya bukan pada kiai atau ustadz siapa yang memberikan ijazah tersebut.

Teknologi dan internet memudahkan masyarakat mengakses informasi. Kemudahan ini dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menyebarkan konten agama tanpa melewati proses validasi dan verifikasi. Kondisi ini dapat memicu dampak negative, berupa kesalahpahaman pemahaman agama dan negasi terhadap otoritas keagamaan. (Ahmad, 2014)

Teknologi informasi mengubah cara pandang dan cara berpikir manusia. (Puspito & Azhima, 2024) Perubahan memang sesuatu yang pasti. Masyarakat virtual tidak terelakkan. Dalam setiap perubahan, manusia banyak melakukan modifikasi kultur, habit dan cara berpikir, tentang agama dan keberagamaan itu sendiri. Dalam Masyarakat virtual, kebenaran tidak lagi Tunggal. Akhirnya, agama itu *sholihun li kulli zaman wa makan*.

Di era sosial media, ijazah dzikir atau wirid bukan lagi dari majelis ke majelis, tetapi dari akun ke akun atau dari satu channel ke channel yang lain. Sosial media dan kecanggihan teknologi di dalamnya, akan berpotensi mengubah masyarakat menjadi muslis tanpa mejelis. Masyarakat tidak perlu lagi hadir ke sebuah majelis pengajian. Masyarakat tidak perlu lagi sowan ke kiai. Masyarakat hanya perlu gawai, membuka akun sosial media, lalu berselancar di dalamnya, mencari sesuatu sesuai dengan kebutuhan dirinya.

KESIMPULAN

Ijazah di sosial media menjadi fenomena aktual di tengah masyarakat digital. Masyarakat menjadikan sosial media sebagai alternatif dan metode paling ampuh mendapatkan informasi dan menyelesaikan persoalan kehidupan duniawi. Perubahan cara mendapatkan informasi, berinteraksi, dan menyebarkan pesan, memunculkan akun dan channel yang mengupload ulang (*reuploader*) konten agama bermuatan amalan

dzikir. Konten ijazah amalan dzikir menjadi pilihan rasional masyarakat dalam merespon perubahan. Tingkat kepopuleran amalan rejeki dan bermunculannya akun anonym yang upload konten ijazah amalan dzikir akan membuka ruang diskusi Panjang tentang legalitas ijazah amalan, periwayatan dan sanad ijazah amalan, serta otoritas ulama, kiai dan ustad dalam masyarakat tradisional. Fenomena tersebut menandakan ijazah di sosial media tidak lagi bersifat tertutup, hanya dinikmati kalangan tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Caputo, John D. *On Religion*. London: Roudlede, 2001
- Gary R. Bunt. *Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas anda Cyber Islamic Environments*. London: Pluto Press, 2003
- M. Arif dan Abu Shofa, *Rahasia ilmu Ghaib Al-Ghazali*. Surabaya, Ampel Mulia: 2002.
- Forum Karya Ilmiah (FKI) TAHTA Lirboyo 2010, *Kajian Pesantren Tradisi dan Adat Masyarakat: Menjawab Vonis Bid'ah*. Kediri: Gerbang Lama, 2013
- Ibad, Muhammad Nurul. *Amalan Mustajab: Mewujudkan Obsesi, Cita-cita, dan Impian*, Yogkarta: Pustaka Pesantren, 2010.
- Rulli Nasrullah, M.Si. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017: Simbiosis Rekatama Media.
- Yaumi, Muhammad. *Media Dan Teknologi Pembelajaran*. Jakarta: Prenada Media Group. 2018
- Abdullah, F. (2019). Fenomena Digital Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 4(1), 47–58. <https://doi.org/10.25105/jdd.v4i1.4560>
- Ahmad, N. (2014). Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi. *Agustus 2014 ADDIN*, 8(2), 319–344.
- Ahmadi, R. (2019). Kontestasi atas Otoritas Teks Suci Islam di Era Disrupsi: Bagaimana Kelas Menengah Muslim Indonesia Memperlakukan Hadis melalui Media Baru. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 15(1), 22–35. <https://doi.org/10.23971/jsam.v15i1.1138>
- Chairunnisa Ahsana AS. (2017). Agama dan Budaya: Konstruksi Imajinatif atau Faktual (Analisis Teks Azimat Aceh). *Al-Ijtimai'i- Interntional Journal of Government and Social Science*, 4(1), 9–15.
- Fatimah, H. (2015). Pendekatan Historis Sosiologis Terhadap Ayat-Ayat Ahkam dalam Studi Al-Qur'an Perspektif Fazlur Rahman. *Hermeneutik*, 9(1), 43–64.
- Fernando, H., Larasati, Y. G., Jubba, H., & Cahyani, N. (2022). Diskursus Artis Menjadi Kaum Agamis Dalam Instagram. *POROS ONIM: Jurnal Sosial Keagamaan*, 3(2), 89–101. <https://doi.org/10.53491/porosonim.v3i2.327>
- Hafizh, M. Al. (2019). Fenomena “Co-Owner” Informasi Dakwah Di Instagram. *Research Fair Unisri*, 3(1). <http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/rsfu/article/view/2569%0Ahttp://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/rsfu/article/download/2569/2301>
- Haryadi, D. (2020). Otoritas Keagamaan Baru: Habitiasi dan Arena Dakwah Era Digital.

- Islamic Insights Journal*, 2(2), 69–82. <https://doi.org/10.21776/ub.ij.2020.002.02.01>
- Hidayatullah, A. F. (2016). Twitter Sebagai Media Dakwah. *Teknoin*, 22(1).
<https://doi.org/10.20885/teknoin.vol22.iss1.art5>
- Jinan, M. (2012). New Media dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam di Indonesia. *Jurnal Lektur Keagamaan*, 10(1), 181–208. <https://doi.org/10.31291/JLK.V10I1.178>
- Muthohirin, N. (2015). Radikalisme Islam dan Pergerakannya di Media Sosial (Islamic Radicalism and its Movement on Social Media). *Jurnal Afkaruna*, 11(2), 240–259.
<https://doi.org/10.18196/AIJIS.2015>
- Mutohharun Jinan. (2013). Intervensi New Media dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 03, 2.
- Puspito, I. D., & Azhima, N. (2024). Dakwah Digital Untuk Generasi Millenial. *Tabayyun*, 4(2), 1–10. <https://doi.org/10.61519/tby.v4i2.50>
- Qudsy, S. Z. (2020). Kontestasi Hadis Azimat di Masyarakat Online. *AT-TURAS: Jurnal Studi Keislaman*, 6(2), 166–187. <https://doi.org/10.33650/at-turas.v6i2.892>
- Sifa, M. A., & Aziz, M. (2018). TELAAH KRITIS PEMIKIRAN HERMENEUTIKA “ DOUBLE MOVEMENT ” FAZLUR RAHMAN (1919 - 1988) Moh. Agus Sifa ' 1 dan Muhammad Aziz 2. *Al-Hikmah Jurnal Studi Keislaman*, 8(1).
- Yuna, T. F., & Sikumbang, A. T. (2023). Beyond Visuals: Komunikasi Dakwah Ustazah Halimah Alaydrus di Instagram. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAl)*, 4(2), 160–177.
<https://doi.org/10.22373/jsai.v4i2.2766>
- Zulaikha, S. (2016). Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU. *Revista Brasileira de Ergonomia*, 9(2), 10.
<https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/355%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/731%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/269%0Ahttp://www.abergo.org.br/revista/index.php/ae/article/view/106>