



ANALISIS INSTAGRAM @IWISE_EDU_ID SEBAGAI MEDIA DAKWAH MODERN: PENDEKATAN MULTIDIMENSIONAL TERHADAP MASYARAKAT KELAS MENENGAH ATAS DALAM PERSPEKTIF INSTITUTION

Farrany Alifia Ramadhani^{1*}, Andi M. Faisal Bakti²

^{1,2}UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA

*corresponden author

Article Info	Abstract
<p><i>Submit: 4 Agustus 2024</i> <i>Accepted: 25 Desember 2024</i> <i>Publish: 30 Desember 2024</i></p> <p>Keyword: Media Institutions, Modern Da'wah, Upper Middle Class Society, Multidimensional Approach, Instagram, iWise.</p> <p>Kata Kunci: Institusi Media, Dakwah Modern, Masyarakat Kelas Menengah Atas, Pendekatan Multidimensional, Instagram, iWise.</p>	<p><i>iWise is a new Islamic educational institution that sets high tuition fees to target the upper-middle class. Given this issue, this paper aims to analyze how iWise's Instagram account functions as a modern medium for da'wah: a multidimensional approach to the upper-middle class from an institutional perspective. This study states that iWise's approach as a da'wah institution that adopts modernization strategies and tends to be oriented towards the upper-middle class may overlook the lower class, who also need spiritual services. The theory used in this study is the institutional theory proposed by Branston and Stafford (2003: 182-200). This study uses a constructivist paradigm methodology through a qualitative approach with the research subjects being the iWise Instagram account and iWise administrators, while the research object is modern da'wah. This study proves that as a medium for Islamic studies, iWise takes a holistic approach in delivering modern da'wah, reflecting efforts to make Islam a "way of life." From an institutional perspective, this study concludes that iWise as an institution successfully reflects that da'wah in the contemporary era not only functions as a means of spreading religious values but also as a space for dialogue that bridges spirituality with the modern aspirations of society.</i></p> <p>Abstrak</p> <p><i>iWise merupakan lembaga pendidikan Agama Islam baru yang menetapkan biaya pendidikan cukup tinggi untuk menargetkan masyarakat kalangan menengah ke atas. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka makalah ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana instagram iWise sebagai media dakwah modern: pendekatan multidimensional terhadap masyarakat menengah atas dalam perspektif institution. Penelitian ini menyatakan bahwa pendekatan iWise sebagai lembaga dakwah yang mengadopsi strategi modernisasi dan cenderung berorientasi pada masyarakat kelas menengah atas dapat mengesampingkan kelompok masyarakat kelas bawah yang juga membutuhkan layanan spiritual. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori institusi yang dikemukakan oleh Branston dan Stafford (2003: 182-200). Penelitian ini menggunakan metodologi paradigma konstruktivisme melalui pendekatan kualitatif dengan subjek penelitiannya adalah akun instagram iWise dan pengurus iWise, sedangkan objek penelitiannya adalah dakwah modern. Penelitian ini membuktikan bahwa sebagai media kajian Islam, iWise</i></p>

melakukan pendekatan holistik dalam menyampaikan dakwah modern mencerminkan upaya untuk menjadikan Islam sebagai “way of life”. Dalam perspektif institusi, penelitian ini menyimpulkan iWise sebagai sebuah institusi berhasil mencerminkan bahwa dakwah di era kontemporer tidak hanya berfungsi sebagai penyebaran nilai-nilai agama, tetapi juga sebagai ruang dialog yang menjembatani spiritualitas dengan aspirasi modern masyarakat.

INTRODUCTION

Di era globalisasi saat ini, manusia membutuhkan alat kontrol sebagai petunjuk dalam kehidupannya yang sarat oleh berbagai macam tantangan dan problematika. Alat kontrol tersebut tidak lain hanyalah agama. Tanpa agama manusia tidak akan mampu mengendalikan segala bentuk persoalan yang muncul serta hantaman hawa nafsu dirinya yang dapat menjerumuskan pada kecelakaan diri, masyarakat bahkan alam sekitar kita (Bakti, 2014). Agama dan ilmu pengetahuan teknologi merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Perkembangan teknologi tidak boleh melepaskan diri dari nilai-nilai agama Islam karena agama tanpa ilmu akan pincang, sedangkan ilmu tanpa agama akan buta (Aisyah *et all*, 2022).

Kemunculan teknologi tersebut memberikan peluang besar dalam proses transformasi dakwah Islam. Salah satu teknologi digital yang berkembang saat ini ialah media sosial. Media sosial dipandang sebagai media yang mampu menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak dalam cakupan yang sangat luas dan mudah untuk diakses di mana-mana. Karenanya, dakwah pada zaman ini bisa disebut dengan dakwah modern. Di mana dakwah yang dilakukan sesuai dengan keadaan sebagai pembelajaran yang actual (Sunaryanto *et all*, 2022)

Membahas dakwah modern, maka identik dengan masyarakat kelas menengah Muslim. Gaya hidup yang mereka tampilkan adalah menggabungkan Islam dengan gaya hidup kelas borjuis. Bagi mereka, Islam bukan hanya urusan ibadah, tetapi juga menjadi bagian dari aspek sosial, budaya, dan ekonomi (Sunaryanto, *et all*, 2022). Meningkatnya antusiasme beragama kelas menengah muslim ini membantah asumsi Max Weber, Emile Durkheim, dan George Shimmel yang meyakini bahwa ketika dunia semakin rasional dan modern, agama sebagai sesuatu yang irasional akan tersingkir dari kehidupan modern. Faktanya, agama tetap tumbuh subur dan dipraktikkan dalam kehidupan masyarakat modern. Selain itu, globalisasi dan modernisasi yang terjadi di negara-negara muslim telah mengubah sebagian besar perilaku keagamaan masyarakat perkotaan. Globalisasi dan modernisasi mengikis nilai-nilai dan budaya tradisional sehingga masyarakat kota tidak memiliki pegangan nilai dan merasa ada yang hilang dalam hidupnya. Hal ini mendorong mereka beralih kepada agama untuk mencari pegangan dan perlindungan hidup (Oki, 2020). Di sisi lain, privatisasi yang dialami oleh agama telah menyebabkan agama kehilangan peran di tingkat publik. Agama menjadi sesuatu yang sangat *private*. Semua fenomena ini, menurut Peter F. Beyer terjadi karena munculnya paham pluralisme dalam masyarakat modern. Walhasil, cara beragama masyarakat modern hanya terbatas pada hal-hal yang bersifat ibadah individual di mana agama berperan hanya sebagai pemenuh kebutuhan spiritual belaka, tidak lagi kebutuhan sosial. Itu pun bersifat individual, bukan public (Fakhruroji, 2020)

Dengan demikian, sebagai representasi media dakwah modern, *iWise* merupakan lembaga pendidikan Agama Islam baru yang menetapkan biaya pendidikan cukup tinggi untuk menargetkan masyarakat kalangan menengah ke atas. Selain itu, *iWise* termasuk lembaga pendidikan yang cukup kreatif dalam memanfaatkan perkembangan teknologi dan komunikasi untuk menyebarkan gagasan-gagasan mereka yang disertai dengan nilai religius modern. Sebagai media dakwah modern, *iWise* menawarkan pendidikan Agama Islam dengan konsep berkelas dunia sehingga menarik perhatian masyarakat kelas menengah yang ingin memberikan pendidikan Islam secara global.

Dari kenyataan tersebut, maka melahirkan sebuah asumsi bahwa pendekatan *iWise* sebagai media dakwah yang mengadopsi strategi modernisasi dan cenderung berorientasi pada masyarakat kelas menengah dapat mengesampingkan kelompok masyarakat kelas bawah yang juga membutuhkan layanan spiritual. Karena, makalah ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan mayor dan minor. Adapun pertanyaan mayornya adalah sebagai berikut: (1) bagaimana instagram *iWise* sebagai media dakwah modern: pendekatan multidimensional terhadap masyarakat kelas menengah dalam perspektif *institution*. Adapun pertanyaan minor dalam penelitian ini meliputi: (1) seperti apa *iWise* dapat membentuk dan mempertahankan **institusi** yang mendukung tujuan dakwah di tengah masyarakat kelas menengah yang semakin plural, (2) sejauh mana *iWise* mengintegrasikan elemen-elemen modernitas dalam nilai-nilai dakwah pada **gagasan** materi yang disampaikannya untuk lebih relevan dengan nilai-nilai dan gaya hidup masyarakat kelas menengah, dan (3) mengapa *iWise* memilih **masyarakat** kelas menengah sebagai sasaran dakwahnya.

METHOD

Subjek penelitian ini adalah *iWise* yang merupakan lembaga pendidikan agama Islam (*Islamic*) yang berkelas dunia (*World-Class*) untuk membangun generasi Islam yang memiliki kecerdasan intelektual (*Intellectual*) dan spiritual (*Spiritual*) yang luar biasa (*Exceptional*), yang nilai-nilainya tercermin dalam akhlak di kehidupan sehari-hari (*Way of Life*) (iwise.id, 2024) Sedangkan objek penelitian ini ialah dakwah modern (Aisyah *et al*, 2022)

1. Sumber dan Jenis Data

Sumber data primer (Hasan *et al*, 2022) meliputi akun instagram *iWise* dan wawancara kepada khalayak digital. Sedangkan sumber data sekunder¹ diperoleh melalui beberapa literatur yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif deskriptif (Hasan *et al*, 2022)

2. Teknik Pengumpulan Data

Sejumlah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah meliputi: (1) Observasi, dalam penelitian ini peneliti mengamati kegiatan-kegiatan dakwah *iWise*. (2) Wawancara, dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada sejumlah khalayak digital mengenai tanggapannya terhadap akun instagram *iWise*. (3) Dokumentasi, berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Abdussamad, 2022) Teknik dokumentasi ini didapatkan dari sejumlah postingan pada akun Instagram @iwise_edu_id seputar pelaksanaan program kelas *iWise* serta postingan-postingan berupa dakwah singkat.

3. Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman ada beberapa langkah yang dilakukan untuk menganalisis data kualitatif, yaitu: (a) Reduksi data, (b) Display data (penyajian data), dan (c) Penarikan Kesimpulan (Harahapm, 2020)

4. Verifikasi Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data (*data triangulation*) (Haryoko *et al*, 2020)

RESULT AND DISCUSSION

Landasan Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keberasaan *iWise* sebagai media institusi pendidikan agama Islam dengan menggunakan perspektif institusi dari Branston dan Stafford (2003: 182-200). Gill Branston dan Roy Stafford dalam buku nya "*The Media Student's Book*" menjelaskan bahwa institusi merupakan realitas sosial yang dialami dalam kehidupan sehari-hari (Branston & Stafford, 2003).

Institusi media adalah organisasi atau badan usaha yang bergerak di sektor media, seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, situs berita online, dan sejenisnya. Lembaga media bertanggung jawab untuk menyediakan informasi dan berita kepada masyarakat serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, independen, dan bermanfaat bagi masyarakat. Selain itu, lembaga media juga memiliki peran penting dalam membentuk opini dan persepsi publik terhadap suatu isu atau peristiwa. Di era digital saat ini, lembaga media juga mencakup platform media sosial dan aplikasi berita online yang menjadi sumber informasi yang sangat penting bagi masyarakat.

McQuail mendefinisikan lembaga media sebagai organisasi yang bertujuan menyediakan berbagai jenis informasi dan hiburan kepada masyarakat, serta berperan dalam memengaruhi, membentuk, dan merepresentasikan opini serta nilai-nilai di dalam masyarakat. Di samping itu, Williams memandang institusi media sebagai bentuk lembaga budaya modern yang berfungsi untuk memproduksi, mendistribusikan, mengendalikan produksi media (Syaputra *et al*, 2020)

O'Sullivan mengatakan, sebagaimana ditulis oleh Gill Branston dan Roy Stafford, bahwa secara general institusi adalah pengaturan yang bersifat tetap dan struktur yang diorganisasikan dari satu masyarakat, sumber-sumber kode sosial utama, aturan dan hubungan, yang memaksa dan mengendalikan individu-individu dan kepribadiannya, berdasarkan prinsip dan nilai pokok yang ditekankan menuur praktek budaya dan sosial yang diorganisir dan dikoordinasikan (2003: 183).

Selanjutnya, Hartley, Sauders, Montgomery dan Friske dalam *Key Concept in Cultural and Communication Stuidesm*, berpendapat mengenai instutusi ialah: (1) berhubungan dnegan pengaturan dan struktur yang mengorganisir kehidupan sosial, yang menekan dan mengendalikan individu (pribadi) dan kepribadian, (2) prinsip dan nilai-nilai, sesuai dengan varian sosial dan praktek kebudayaan yang terorganisir dan terkoordinir, (3) sumber utama mengenai kode, undang-undang, aturan, dan hubungan social (Yudi *et al*, 2022). Pada institusi media terdapat dua aspek yang berkaitan dengan kelembagaan dari suatu media ialah terkait dengan struktur organisasi, kerjasama, motivasi, dan profesionalisme (Andi, 2011).

Bransron dan Stafford secara khusus menyebutkan bahwa analisis institusi media tidak hanya mengenai bentuk kerja atau aktivitas sebuah institusi yang memokuskan perhatian pada individu dalam hubungannya dengan aturan dan norma, tetapi juga menganalisis teks sebuah media, namun disisi lain ia merupakan institusi (Branston & Stafford: 2003). Lebih lanjut Adeni menjelaskan bahwa menganalisis fotografi tidak

cukup hanya dengan melihat proses produksi sebuah foto, tetapi juga harus memaknai konotatif terhadap makna sebuah foto. Karenanya, dalam konteks institusi media, analisis dilakukan secara menyeluruh. Dari struktur kerja media, sampai struktur teks media menyangkut apa yang dikonstruksinya (Adeni, 2016). Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti (Ngalu dkk., 2020).

Apa yang disampaikan oleh Branston, Stafford, Adeni dan Ngalu tersebut dibutuhkan dalam menganalisis sebuah institusi media, pesan apa yang ingin disampaikan oleh institusi media tersebut. Sementara, ada beberapa poin yang menjadi perhatian dalam menganalisis institusi media, sebagai berikut: (1) Pendirian institusi, (2) Regulasi, institusi media mengatur orang-orang yang terlibat di dalamnya, (3) Kolektif, kerjasama di dalam institusi guna mencapai tujuan bersama, (4) Intensitas kerja, upaya institusi untuk mengembangkan kerja yang menjadi acuannya, (5) Memiliki nilai-nilai yang harus dijalankan setiap orang yang terlibat dalam institusi baik internal maupun eksternal, (6) Status, keberadaan media di mata audiens dan posisi orang-orang yang terlibat dalam kesadaran terhadap status suatu media (Branston & Stafford, 2003: 190-191)

Mengenai media, W. Littejohn dan A. Fos berasumsi bahwa semua media tidak bisa lepas dari kekuatan ideologi yang berdiri di belakangnya. Ia menegaskan keberadaan media bukan hanya informasi, tetapi merupakan sebuah institusi sosial dan wahana pertarungan ideologi (Tubbs & Moss, 1996). Sedangkan Branston dan Stafford melanjutkan mengenai unsur politik, ekonomi, budaya dan agama ini saling berhubungan dan sulit dipisahkan (Branston & Stafford, 2010) (Yudi *et all*, 2022).

Berbeda halnya dengan pendapat Bakti mengenai media, ia berpendapat bahwa hubungan agama dan media masih bersifat polemik (*debetable*) di mana agama harus berhadapan dengan nilai-nilai modern yang sekuler yang dapat mengikis nilai-nilai agama. Selanjutnya ia menegaskan bahwa nilai-nilai Islam yang universal dapat direalisasikan dalam konteks kehidupan global melalui media (Andi, 2011)

Institusi hadir untuk mengayomi Islam agar mampu mengelaborasi dan mengasimilasi dirinya dengan media (Sri *et all*, 2020) Lebih lanjut Bakti menjelaskan bahwa ini berarti tidak ada halangan untuk menghadirkan Islam dalam konteks media. Barangkali dengan menjadikan Islam sebagai landasan ideologi sebuah media, maka media akan bisa diarahkan untuk lebih *concern* bagi pembangunan kehidupan masyarakat, terutama pembangunan aspek moralitas. Atau paling tidak, hubungan Islam dan media akan membawa dakwah Islam lebih relevan bagi realitas masyarakat yang melek teknologi seperti sekarang ini (Andi, 2011).

Urgensi media Islam sangat relevan juga dengan keadaan umat muslim di Indonesia yang cenderung ingin instan dan cepat. Dengan adanya media Islam paling tidak dapat mempengaruhi pola pikir generasi muda ke arah yang baik, di mana sekarang lebih cenderung pada pola hidup ke barat-baratan atau korea-an (Sri *et all*, 2020)

Hal ini disampaikan juga oleh Jessica Winegar dalam "*Purposeful Art between Television Preachers and the State*", bahwa upaya mengembangkan dakwah lewat *art* (seni) di televisi atau media-media adalah sebagai upaya menandingi tayangan-tayangan media yang menyebarkan pola kehidupan sekuler (Jessica, 2008).

Dengan demikian, institusi media memiliki peran dan fungsi penting dalam masyarakat, terutama di era digital saat ini. Beberapa peran dan fungsi tersebut meliputi: (1) menyediakan informasi, (2) membentuk opini publik, (3) memberikan hiburan, (4) memperkuat identitas budaya, (5) mengontrol kekuasaan, (6) melindungi kebebasan pers, dan (7) memberikan pendidikan dan pengetahuan (Syaputra *et all*, 2023).

1. Bingkai Konseptual

Pembahasan ini akan mendeskripsikan konsep-konsep dakwah yang relevan dengan teori yang dikaji dalam makalah ini. konsep tersebut akan dijabarkan sebagai berikut:

a) *Bunyanun* (Lembaga/Bangunan)

Makna kata dasar *bunyanun* sebagai kata benda berkaitan dengan makna kata gagasan, struktur, susunan, kerangka, bangunan, gedung, bangun, tegak, lurus, kestruktur, konsepsi, konsep. Sedangkan kata dasar *bunyanun* sebagai kata kerja berkaitan dengan makna kata membangun, membuat, mendirikan, membina, membangunkan, mendasarkan, membikin, memperbuat, menyusun, menciptakan, mencipta, menegakkan, dan memperdirikan.

Jumlah pemakaian akar kata *bunyanun* di dalam Al-Qur'an dipakai untuk kata kerja sebanyak 11 kali. Sedangkan pemakaian kata dasar *bunyanun* yang dipakai untuk kata benda sebanyak 11 kali (quran.bblm.go.id, 2024). Kata *bunyanun* ini dapat dilihat dalam Qur'an surah As-Shaff ayat 4. Menurut Quraish Shihab kata *shaffan* (barisan) ditafsirkan sebagai sekumpulan (sekelompok) dari sekian banyak anggota kelompok yang selaras dan kompak yang kemudian dikumpulkan dalam suatu wadah yang kokoh juga teratur (Aidah, 2022).

Berkaitan dengan *iWise* sebagai sebuah lembaga, maka hadits yang berkaitan dengan lembaga pendidikan diriwayatkan oleh Ath-Thabrani dari Abdullah bin Abu Bakar yang mengisahkan sahabat sekaligus sekretaris Rasulullah yaitu Zaid bin Tsabit yang belajar di madrasah Bani Masikah. Disebutkan bahwa Zaid bin Tsabit mempelajari kitab-kitab bani Masikah yang non Muslim selama 15 hari dengan tujuan untuk mengetahui bagian-bagian yang mereka ubah dan mereka ganti.

Hadits lain yang mendukung pada lembaga pendidikan adalah hadits yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim dari Sa'id Al-Khudri yang mengisahkan seorang perempuan datang kepada Rasulullah SAW, menurut sebagian riwayat, perempuan tersebut adalah Ummu Sulaiman yang mengajukan permintaan kepada Rasulullah agar diberikan kesempatan untuk belajar ilmu-ilmu yang diajarkan beliau kepada kaum laki-laki, hal ini menggambarkan tingginya semangat belajar kaum perempuan pada masa itu.

Istilah *bunyanun* yang artinya bangunan dalam konteks hadits juga terdapat dalam Riwayat Al-Bukhari dalam Kitab Al-Adab, No. 2446 dan Riwayat Muslim dalam Kitab Al-Birr wa As-Silah wa Al-Adab, No. 2585 yang arti dari bunyi hadits tersebut adalah:

“Nabi SAW bersabda: Seorang mukmin terhadap mukmin lainnya itu seperti sebuah bangunan yang saling menguatkan satu sama lain.”

Dalam tafsir *Fi Zilalil Qur'an*, Sayyid Qutb mengaitkan konsep “*bunyanun*” dengan urgensi umat Islam untuk membangun masyarakat kokoh secara spiritual, sosial, dan politik. Menurutnya, bangunan umat harus didirikan di atas landasan keimanan dan ketakwaan, dan setiap individu Muslim memiliki peran strategis dalam menjaga keberlanjutan bangunan tersebut.

b) *Ru'ya* (Gagasan)

Makna dari kata dasar *ru'ya* sebagai kata benda berkaitan dengan makna kata: penilaian, pendapat, penganggaran, perhitungan, pengalkulasian, pernyataan, keterangan, pengumuman, keputusan, gagasan, maksud, dugaan, pikiran, angan, pengartian, angan-angan. Sedangkan kata dasar *ru'ya* sebagai kata kerja berkaitan dengan makna kata: melihat, meninjau, mengharuskan, menghendaki, menyusun, menilik, memeriksa, menjumpai, terpandang, memerlukan, mengharuskan, memahami (quran.bblm.go.id, 2024)

Ru'ya yang kata dasarnya adalah *ra'aa* digunakan dalam al-Qur'an kurang lebih 327 kali dengan 87 ragam derivasinya. Dari beberapa penjelasan literatur kebahasaan, selain kepada makna-makna dasar di atas, kata *ra'a* juga berasosiasi kepada makna yang beragam. Hal ini dapat dilihat dari ungkapan Ibn Manzur sendiri:

"Maka, ungkapan 'ma tara' terkadang bermakna melihat dengan indera penglihatan, terkadang sebagai objek yang dilihat, pengetahuan, objek yang diketahui, dan yang diyakini" (Khatima, 2016).

Ru'ya juga diartikan sebagai menyangka, memperlihatkan, mimpi, penglihatan, dan masih banyak makna lainnya. Sedangkan menurut istilah *ru'ya* didefinisikan oleh beberapa ilmuwan secara berbeda, misalnya dalam kitab *tafsir al-Maraghi* menafsirkan *ru'ya* dengan mentakbirkan (menjelaskan) mimpi secara detail (jelas) dan selengkap-lengkapnya (Nafisah *et al*, 2016)

Konsep *ru'ya* dalam bahasa Arab bermakna "visi" atau "pandangan". Dalam konteks Islam, istilah ini sering dikaitkan dengan pemahaman tujuan yang jelas, pandangan strategis, dan arah masa depan, baik dalam kehidupan individu maupun kelembagaan. Seperti dalam surah Yusuf (12) ayat 4. Ayat ini menyebutkan mimpi (*ru'ya*) Nabi Yusuf yang mengandung visi masa depan tentang kedudukannya.

Meskipun tidak ada hadits secara langsung yang menyebut istilah *ru'ya* dalam konteks lembaga, beberapa hadits dan ajaran Islam mencerminkan konsep ini secara filosofis. Salah satu hadits yang relevan dengan hal ini adalah hadits tentang pentingnya niat yang jelas (HR. Al-Bukhari, No. 1; Muslim, No. 1907) yang artinya *"Sesungguhnya segala amal perbuatan tergantung pada niatnya, dan setiap orang hanya mendapatkan apa yang ia niatkan..."*

Dalam *Tafsir Al-Munir*, Wahbah Az-Zuhaili menyatakan bahwa visi adalah panduan untuk keberlanjutan amal. Amal dan misi lembaga Islam harus dirancang untuk memberikan manfaat yang terus berlangsung.

c) *Ummah* (Masyarakat)

Kata *ummah* di dalam al-Qur'an digunakan dalam berbagai konteks, namun pada taraf pemahaman komunikasi biasa yang terlepas dari arti umumnya, yaitu jama'ah. Menurut Quraish Shihab, *ummah* berasal dari kata *amma-yaummu* yang berarti menuju, menumpu, dan meneladani. Karenanya muncul kata *umm* berarti ibu dan *imam* berarti pemimpin, karena keduanya menjadi teladan, tumpuan pandangan, dan harapan anggota masyarakat (Zayn, 2015).

Dalam bentuknya sebagai mufrad (*ummah*) muncul sebanyak 50 kali dalam Al-Qur'an. Sedangkan dalam bentuk jamak (*umam*) muncul sebanyak 13 kali dalam Al-Qur'an. Kata *ummah* di dalam Al-Qur'an yang penggunaannya secara khusus kepada manusia juga mengandung beberapa pengertian. *Pertama*, bermakna setiap generasi manusia yang kepada mereka diutus seorang nabi atau rasul. Seperti umat Nabi Nuh as, umat Nabi Musa as, dan sebagainya. *Kedua*, bermakna suatu jama'ah atau golongan manusia yang menganut agama tertentu, misalnya umat Yahudi, umat Nasrani dan umat Islam. *Ketiga*, berarti sekumpulan manusia dari berbagai lapisan sosial yang diikat oleh ikatan sosial tertentu sehingga menjadi umat yang satu. *Keempat*, menjelaskan seluruh golongan atau bangsa manusia.

Ada beberapa term yang digunakan Al-Qur'an untuk menunjukan *Ummah* dalam pengertian masyarakat, antara lain: (1) *Ummatan Wahidah*, yang berarti suatu ummat yang bersatu berdasarkan iman kepada Allah SWT. (2) *Ummatan Wasathan*, ialah keberadaan masyarakat pada posisi tengah yang menjadikan mereka mampu memadukan

aspek ruhani dan jasmani, material dan spiritual dalam segala aktivitasnya, dan (3) *Khair Ummah*, yaitu umat terbaik, umat unggul dan masyarakat ideal.

Dalam sebuah hadits, konsep *ummah* didasarkan pada prinsip persaudaraan dan saling melindungi antara anggota umat. Dalam HR. Al-Bukhari, No, 2442; Muslim, No. 2580 disebutkan “*Seorang Muslim adalah saudara bagi Muslim lainnya. Doa tidak boleh menzaliminya, tidak boleh menyerahkannya (kepada musuh), dan tidak boleh membiarkannya (tanpa bantuan).*”

Dalam berbagai tulisannya, Yusuf Al-Qardawi memperkenalkan konsep *ummah wasathiyah* (moderasi dalam *ummah*) sebagai inti dari keberhasilan *ummah*. Menurutnya, *ummah* harus mampu menyeimbangkan antara modernitas dan tradisi, serta antara spiritualitas dan materialitas.

2. Metodologi

a. Paradigma

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, di mana paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka. Dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik (Chairu, 2021).

b. Pendekatan Keilmuan (*transdisipliner approach*)

Penelitian ini menerapkan tiga pendekatan keilmuan, diantaranya adalah:

1) Ilmu dakwah

Menurut Muhammad Natsir, dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada individu dan seluruh umat konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi *amar ma'ruf nahi munkar*, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlah dan membimbing pengamalannya dalam peri kehidupan masyarakat dan perikehidupan bernegara (Qadaruddin, 2019).

2) Ilmu Komunikasi

Dalam Longman Dictionary of Contemporary English dijelaskan bahwa kata *communicate* diartikan sebagai upaya untuk membuat pendapat, mengatakan perasaan, menyampaikan informasi dan sebagainya agar diketahui atau dipahami oleh orang lain (*to make opinions, feelings, information, etc, known or understood by others*) (Bajari, 2022). Pada umumnya, komunikasi bertujuan untuk tiga hal, yakni: mengubah pengetahuan, mengubah sikap dan mengubah perilaku.

3) Ilmu Tarbiyah

Dalam literatur-literatur berbahasa Arab, kata *tarbiyah* mempunyai banyak definisi yang intinya sama yaitu mengacu pada proses pengembangan potensi yang dianugerahkan pada manusia. definisi-definisi tersebut antara lain adalah: *Tarbiyah* adalah prses pengembangan dan bimbingan jasad, akal dan jiwa yang dilakukan secara berkelanjutan sehingga *murabbi* (anak didik) bisa dewasa dan mandiri untuk hidup di tengah masyarakat. *tarbiyah* juga diartikan sebagai kegiatan yang disertai dengan penuh kasih sayang, kelembutan hati, perhatian bijak dan menyenangkan; tidak membosankan (Ma'zumi *et all*, 2019)

4) Ilmu Sosiologi

Secara harfiah, sosiologi berarti ilmu tentang hidup bermasyarakat. Dalam pandangan Max Weber, sosiologi bertujuan memberikan penjelasan mengapa seseorang bertindak atas cara tertentu atau untuk apa dia bertindak begitu (Raho, 2016).

Analisis Hasil Temuan

Dewasa ini telah terjadi perubahan model dakwah di Indonesia, di mana Muslim kelas menengah atas memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mencari dan memilih cara ber-Islam yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Mereka adalah santri baru (*new santri*) yang lahir sebagai akibat logis dari dakwah yang mengikuti perubahan zaman (Dewi *et al*, 2021). Mereka berselancar di jagatmaya untuk mengeksplorasi kegiatan dakwah. Maka dengan semakin mendunianya teknologi, dakwah melalui internet dinilai sangat efektif dan potensial dengan beberapa alasan, diantaranya mampu menembus batas ruang dan waktu dengan energi yang relatif cepat dan daya jangkauan yang luas (Rustandi, 2019). Media sosial mempermudah dan membentuk hubungan sosial serta komunikasi antarindividu karena memiliki kemampuan untuk memengaruhi jenis interaksi yang terjadi di dalamnya (Delfanti *et al*, 2019). Di Indonesia, keberadaan media Islam bukanlah sesuatu yang luar biasa; bahkan jumlahnya telah meningkat secara drastis (Bakti, 2018).

Al Islamu sholih likulli Zaman wa Makan adalah prinsip yang dianut oleh para da'i dalam menjalankan tugas sucinya. Hal ini harus dilakukan dalam dakwah online yang artinya membutuhkan kreativitas dan inovasi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman (Andini, 2023). Berdasarkan hasil observasi, hal ini sejalan dengan program-program yang dijalankan *iWise*. Dengan menerapkan perspektif berkelas dunia (*world-class*), *iWise* berupaya menjembatani nilai-nilai agama dengan tuntutan globalisasi, yang seringkali menuntut inovasi, adaptasi, dan inklusivitas dalam pendekatan dakwah. Pendekatan ini mencerminkan kesadaran akan perlunya membangun pemahaman Islam yang mampu berdialog dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan kebudayaan global.

Namun, tentunya upaya ini tidak terlepas dari tantangan, terutama terkait risiko mengkomodifikasi ajaran Islam menjadi sekadar produk konsumsi modern tanpa kedalaman spiritual yang hakiki. Oleh karenanya, *iWise* harus memastikan bahwa nilai-nilai universal Islam tetap menjadi inti dari pendekatannya, sementara tetap mengakomodasi kebutuhan masyarakat yang hidup dalam arus globalisasi. Dengan cara ini, *iWise* tidak hanya berfungsi sebagai media dakwah, tetapi juga sebagai penggerak perubahan sosial yang mampu membangun harmoni antara tradisi Islam dan modernitas global.

Sebagai media dakwah modern di mana sasaran mad'u nya mayoritas adalah kalangan menengah atas, tentunya *iWise* memiliki sejumlah target dan program yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan mad'u tersebut. Karena, aktifitas dakwah pada dasarnya selalu bersifat *segmented*, di mana pesan dan pola dakwah akan selalu berusaha disesuaikan dengan konteks khalayak (Marwantika, 2019).

Kelas menengah atas membutuhkan pendekatan dakwah yang relatif lebih rasional sehingga membutuhkan pelaksanaan dakwah yang lebih faktual dan aktual, baik dakwah pada ranah materi, metode maupun target-target dakwah yang akan dicapai. Keterbatasan waktu di tengah masyarakat urban yang menjadi salah satu ciri masyarakat kelas menengah atas membutuhkan pendekatan dakwah yang lebih sistematis dan berkelanjutan (Ar'rahmah, 2024).

Muslim kelas menengah, dengan keberadaannya yang mapan secara ekonomi, berpendidikan tinggi, dan terkoneksi dengan dunia digital, memerlukan pendekatan yang cerdas, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan serta aspirasi mereka (Chorin *et al*, 2024).

Kalangan menengah atas di kota, bagi Komar, adalah sasaran dakwah yang strategis, karena jika mereka tercerahkan maka vibrasinya akan menular ke lingkungan yang lebih luas. Namun demikian, tidak berarti bahwa dakwah tidak menyentuh kalangan lain. Pemilihan kalangan menengah bukannya tanpa alasan. Hal ini didasarkan pada suatu harapan dan sikap optimistis berkaitan dengan program besar (*grand strategy*) untuk kesinambungan pembangunan di Indonesia (Masturi, 2017).

Karenanya, *iWise* menerapkan pola yang berbeda untuk menyentuh para mad'u nya. Dalam sebuah unggahan di instagram *iWise*, hal ini dilakukan karena menurut Nurbaiti Hafmaya selaku *founder iWise*, generasi saat ini adalah generasi yang cerdas, mereka bertemu dengan banyak budaya diiringi dengan arus teknologi yang begitu tajam. Dengan keadaan demikian, maka dirasa perlu untuk menyeimbangkan antara aspek intelektual dengan spiritual. *iWise* memilih untuk menerapkan pola “memperkenalkan” daripada “memaksa”. Hal ini tentunya selaras dengan ajaran Islam yang menganjurkan dakwah dilakukan dengan cara yang lemah lembut, seperti firman Allah dalam surah Ali-Imran ayat 159:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.”

Terlepas dari hal tersebut, rupanya aktivitas dakwah belakangan ini sering mendapatkan kritikan dari berbagai kalangan. Kritikan tersebut salah satunya muncul akibat aktivitas dakwah yang seringkali hanya menyentuh kalangan tertentu saja. Sebab pada dasarnya, dakwah tidak hanya ditujukan pada kalangan tertentu, namun juga mesti dapat menyentuh berbagai kalangan (Anwar *et al*, 2019). Shaleh dan Nandang (dalam Komarudi *et al* 2019) menyebutkan bahwa dakwah yang dilakukan Rasulullah tidak hanya ditujukan pada kalangan tertentu, melainkan pada semua kalangan. Hal ini karena tujuan akhir dakwah adalah untuk mewujudkan Islam *Rahmatan lil ‘Alamiin*.

Dalam Islam sendiri, ketika berdakwah, ada unsur-unsur yang harus diperhatikan, diantaranya: (1) *da'i* (pelaku dakwah), (2) *mad'u* (objek dakwah), (3) *maddah* (materi dakwah), (4) *wasilah* (media dakwah), (5) *thariqah* (metode dakwah), dan (6) *atsar* (efek dakwah) (Al-Mukarromah, 2022). Berdasarkan hasil observasi, diperoleh data bahwa sebagai media dakwah modern, *iWise* telah menyusun dan menerapkan unsur-unsur dakwah tersebut.

Maka, sebagai media Islam, sasaran mad'u *iWise* merujuk pada kalangan menengah atas. Akan tetapi, sasaran dakwah *iWise* yang cenderung fokus pada masyarakat menengah atas menimbulkan berbagai implikasi yang patut dianalisis. Di satu sisi, pendekatan ini memungkinkan *iWise* untuk menggarap segmen masyarakat yang memiliki akses lebih baik terhadap pendidikan, teknologi, dan sumber daya ekonomi, yang dapat menjadi agen perubahan sosial. Namun, di sisi lain, pendekatan yang terlalu fokus pada segmen ini berisiko menciptakan eksklusivitas dalam dakwah. Hal ini dapat dilihat pada program-program yang tersedia di *iWise*.

iWise memiliki tarif yang cukup tinggi dalam suatu kelas pembelajaran. Selain itu, banyak program mereka yang dilakukan secara *private*. Hal ini dapat menjadi pertentangan dengan prinsip universalitas Islam yang menekankan kesetaraan dan inklusivitas untuk semua lapisan masyarakat, tanpa memandang status sosial atau ekonomi. Efek lainnya adalah potensi terjadinya penguatan hierarki sosial dalam komunitas Muslim, di mana kelas menengah atas dianggap sebagai prioritas utama dalam penerimaan dakwah, sementara kelas bawah dikesampingkan.

Hal ini tentu bertolak belakang dengan misi Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam. Di mana hakikatnya, masyarakat yang diinginkan tentunya adalah masyarakat yang damai, sejahtera, terbuka, maju dan modern atau yang lebih dikenal sebagai “*Civil Society*” (Suroto, 2015). Madani merujuk pada Kota Nabi Muhammad (Kota Madinah) yang dianggap sebagai kota ideal dalam Islam. Hal ini menunjukkan bahwa konsep masyarakat sipil bukanlah hal baru dalam Islam (Bakti, 2005).

Analisis Diskusi

1) Penelitian terdahulu tentang lembaga: *an institutional analysis of photography*

Jurnal berjudul “Institusi Keagamaan dan Masyarakat: Peran Dakwah IIQ Jakarta dalam Perspektif Media Institusi” (Widyastari *et all*, 2020) mengkaji bagaimana IIQ Jakarta menjalankan peran dakwahnya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teori *Ideologies and discourses* Gill Branston and Roy Stafford. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini menyoroti bahwa IIQ Jakarta berperan penting dalam menjembatani nilai-nilai keagamaan dengan kebutuhan masyarakat modern melalui pendekatan berbasis media.

Kemudian, jurnal lain berjudul *TV9 Sebagai Media Islam Aswaja Perspektif Institution* (Prasetyo *et all*, 2020) Penelitian yang dilakukan oleh Eko Yudi Prasetyo bersama rekan-rekannya ini mengkaji peran TV9 sebagai media penyiaran yang mengedepankan nilai-nilai Islam Ahlussunnah Wal Jama’ah (Aswaja) dalam perspektif *institution* dengan menggunakan teori Institusi Media Branston and Roy Stafford. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini menegaskan bahwa TV9 memiliki potensi besar sebagai media Islam Aswaja yang tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan identitas keagamaan dan harmonis sosial.

Selanjutnya, sebuah proposal Magister yang mengkaji tentang *Institusi Televisi Keislaman: Studi atas Rodja TV sebagai Media Islam Salafi*, karya (Adeni, 2020) ini menelaah peran Rodja TV sebagai saluran media berbasis nilai-nilai Salafi. Dengan menggunakan teori Institusi Media Branston and Roy Stafford, penelitian ini menemukan bagaimana Rodja TV memanfaatkan media modern untuk memperluas jangkauan dakwahnya, termasuk melalui siaran televisi, radio, dan platform digital seperti *streaming online*. Melalui pendekatan kualitatif, riset ini mencerminkan upaya Rodja TV untuk menjadi rujukan bagi masyarakat yang ingin mendalami ajaran Islam dengan perspektif Salafi.

2) Penelitian terdahulu tentang gagasan: *applying ideas about media institutions*

Jurnal yang ditulis oleh M. Abdi Lubis dengan judul *Tren Produk Halal, Gaya Hidup Syar’i dan Kesalehan Simbolik: Studi Tentang Muslim Kelas* (Dorajotun, 2018), membahas bagaimana tren gaya hidup Islami memengaruhi perilaku konsumsi dan ekspresi keagamaan di kalangan kelas menengah Muslim Indonesia. Kajian ini menggambarkan perubahan sosial yang menciptakan kesadaran baru terhadap produk halal, gaya hidup syar’i, dan manifestasi kesalehan dalam bentuk simbol-simbol keagamaan.

Jurnal yang berjudul *Inovasi Dakwah untuk Penguatan Kesadaran Keagamaan: Studi Pada Komunitas Muslim Kelas Menengah* (Choirin *et all*, 2024) Jurnal ini ditulis oleh Muhammad Choirin, Ahmad Helwani S, dan Tajudin. Penelitian ini memiliki kesamaan untuk mengkaji inovasi yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran keagamaan sebuah kelompok melalui pendekatan kualitatif.

Penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian terdahulu yang berjudul *Dakwah Cerdas di Era Modern* (Basit, 2013). Sama hal nya dengan peneliti, jurnal ini bertujuan untuk mengkaji pentingnya inovasi dalam pendekatan dakwah agar pesan-pesan Islam dapat diterima dengan baik oleh audiens yang beragam, terutama masyarakat perkotaan. Penelitian ini juga menekankan pentingnya pendekatan dakwah yang inklusif. Menurut Abdul Basit, dakwah cerdas harus mengedepankan nilai-nilai universal Islam. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa dengan pemanfaatan teknologi digital dan mengedepankan pendekatan inklusif, dakwah dapat menjadi solusi efektif untuk menjawab kebutuhan spiritual masyarakat modern sekaligus berkontribusi pada pembangunan sosial.

3) Penelitian terdahulu tentang masyarakat: *media institutions and society*

Hasil penelitian karya Abdul Rasyid Masri yang berjudul “Konsepsi Dakwah Dalam Pembangunan Masyarakat Madani Indonesia (Refleksi atas Realitas Dakwah Rasulullah Membangun Masyarakat Madinah) (Masri, 2017). Melalui pendekatan historis, kajian ini membahas bagaimana realita dakwah kehidupan umat Islam di Madinah yang menggambarkan tentang pluralitas, toleransi, terbuka, demokratis, adil, sejahtera, dan peradaban.

Penelitian selanjutnya adalah jurnal tentang *Sufisme Dalam Dinamika Kehidupan Masyarakat Muslim Kontemporer* (Kafid, 2020). Riset yang ditulis oleh Nur Kafid ini membahas tentang peran sufisme dalam konteks kehidupan masyarakat Muslim yang semakin kompleks di era kontemporer. Penelitian ini dikaji melalui teori *Cultural broker* (Geertz) dan *cultural transetter* (Hirosoki) dengan pendekatan kualitatif. Dalam konteks masyarakat, sufisme berfungsi sebagai alat untuk mengatasi tantangan-tantangan kehidupan sosial yang semakin kompleks. Penelitian ini menyatakan bahwa sufisme di kalangan masyarakat Muslim kontemporer tidak hanya terfokus pada dimensi pribadi dan internal, tetapi juga memiliki dampak pada interaksi sosial dan perkembangan komunitas.

Jurnal berjudul *Dakwah di Tengah Komunitas Modern* (Kango, 2020) karya Andries Kango membahas peran dakwah dalam konteks komunitas modern. Penelitian ini terdapat kesamaan, yakni berusaha untuk mengungkap bagaimana dakwah yang merupakan kegiatan penyebaran ajaran Islam perlu menyesuaikan diri dengan kondisi sosial yang semakin kompleks dan plural, serta tuntutan masyarakat yang semakin berkembang di era modern. Dengan menggunakan teori komunikasi massa dan pendekatan kualitatif, kajian ini menunjukkan bahwa dakwah di komunitas modern memerlukan pendekatan yang lebih kreatif, fleksibel, dan kontekstual.

CONCLUSION

Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya adaptasi lembaga dakwah terhadap perubahan sosial. Dalam konteks masyarakat kelas menengah atas, *iWise* mampu mengintegrasikan dakwah dengan elemen modernitas seperti gaya hidup konsumtif, media digital, dan kebutuhan personalisasi. Hal ini mencerminkan bahwa dakwah di era kontemporer tidak hanya berfungsi sebagai penyebaran nilai-nilai agama, tetapi juga sebagai ruang dialog yang menjembatani spiritualitas dengan aspirasi modern masyarakat.

Lebih jauh, penelitian ini menyoroti bagaimana *iWise* membangun identitas kolektif di kalangan Muslim kelas menengah atas melalui pendekatan institusional.

Dengan menyelenggarakan kegiatan di lokasi eksklusif, *iWise* tidak hanya menciptakan ruang untuk penguatan spiritual, tetapi juga menawarkan pengalaman yang sesuai dengan ekspektasi sosial kelas menengah atas. Namun, pendekatan ini juga menimbulkan refleksi kritis mengenai sejauh mana pendekatan berbasis gaya hidup ini dapat mempertahankan esensi dakwah tanpa terjebak dalam komodifikasi nilai-nilai keagamaan.

Penelitian ini juga memberikan pandangan penting tentang peran media digital dalam dakwah modern. *iWise* memanfaatkan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Strategi ini mencerminkan relevansi pendekatan multidimensional dalam merespons kebutuhan spiritual yang kompleks di tengah perubahan budaya global. Refleksi ini menegaskan bahwa keberhasilan lembaga dakwah modern seperti *iWise* sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk menjaga keseimbangan antara adaptasi terhadap modernitas dan pelestarian nilai-nilai keislaman yang otentik.

Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan lembaga dakwah modern dalam konteks masyarakat kelas menengah atas. Pertama, *iWise* dapat menjadi model bagi lembaga dakwah lainnya untuk mengintegrasikan pendekatan multidimensional yang memadukan aspek spiritual, sosial dan ekonomi. Dengan menyesuaikan dakwah dengan gaya hidup kelas menengah atas, lembaga dakwah dapat menciptakan program-program relevan dan menarik. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya tarik dakwah, tetapi juga memperkuat posisi lembaga sebagai pelaku aktif dalam pembentukan identitas keagamaan.

Kedua, penelitian ini menegaskan pentingnya penggunaan teknologi digital dalam strategi dakwah. *iWise* menunjukkan bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan dakwah sekaligus membangun interaksi yang lebih personal dengan audiensnya. Lembaga dakwah lain dapat mengambil pelajaran dari pendekatan ini dengan mengembangkan konten-konten digital yang relevan dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Namun, implikasi ini juga menuntut lembaga dakwah untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui platform digital tetap mempertahankan integritas nilai-nilai agama dan tidak semata-mata mengikuti tren pasar.

Ketiga dari perspektif institusi, penelitian ini membuka peluang untuk memperkuat kolaborasi antara lembaga dakwah dan pihak lain, seperti organisasi sosial, pemerintah, atau sektor swasta. Kolaborasi ini dapat menciptakan program-program dakwah yang lebih inklusif dan memberikan manfaat yang lebih luas.

Sebagai sebuah institusi dakwah modern, *iWise* perlu memastikan bahwa program-program yang dirancang bersifat inklusif, menghargai keberagaman, dan mampu mendorong harmoni sosial. Dakwah yang inklusif tidak hanya membuka ruang bagi semua lapisan masyarakat untuk berpartisipasi, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai universal Islam seperti toleransi, keadilan, dan kebersamaan. Dengan pendekatan ini, *iWise* dapat membangun komunitas yang harmonis dan relevan dengan dinamika masyarakat kelas menengah atas.

Disarankan penelitian mendatang dapat difokuskan pada eksplorasi lebih rinci terhadap karakteristik, kebutuhan, dan preferensi masyarakat kelas menengah atas sebagai audiens utama *iWise*. Pemahaman yang mendalam tentang gaya hidup, aspirasi, dan tantangan yang dihadapi kelompok ini akan membantu *iWise* dalam merancang program yang lebih relevan dan efektif. Pendekatan berbasis data ini akan memastikan dakwah tidak hanya menarik, tetapi juga mampu menjawab kebutuhan spesifik audiens dengan pendekatan yang lebih personal.

Selain itu, dakwah yang dilakukan oleh *iWise* sebaiknya tidak hanya diposisikan sebagai aktivitas spiritual, tetapi juga sebagai gerakan sosial yang memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan masyarakat. Dengan memperluas cakupan dakwah ke dalam isu-isu sosial seperti pendidikan, pemberdayaan ekonomi, dan lingkungan, *iWise* dapat memainkan peran yang lebih strategis dalam membangun masyarakat yang lebih baik. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat posisi *iWise* sebagai lembaga dakwah modern, tetapi juga memperkuat dampak positif dakwah di tengah masyarakat.

REFERENCES

- Abdussamad, Zuchri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Bajari, Atwi. (2022). *Komunikasi Manusia Sejarah, Konsep, Praktik*. (Jatinangor: Alamtara Institute), h. 59-158.
- Branston, Gill and Roy Stafford, *The Media Student's Book, Third Edition*, (London and New York: Routledge, 2003). p. 182-200.
- Delfanti, Alessandro., dan Arvidsson, Adam. (2019). *Introduction To Digital Media*. (Malden: John Wiley & Sons, Inc). Hal, 52-53.
- Harahap, Nursapia. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing.
- Haryoko, Spto., Bahartiar., dan Awardi, Fajar. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- Hasan, Muhammad., dkk. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. (Makassar: CV Tahta Media Group) h, 197-212.
- Qadaruddin, Muhammad A. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah*. (CV. Penerbit Qiara Media), h. 4.
- Raho, Bernard. (2016). *Sosiologi*. (Mauwere: Ledalero). Hal, 1-7.
- Abd, Zayn Rahman. (2015). Konsep *Ummah* Dalam Al-Qur'an (Sebuah Upaya Melerai Miskonsepsi Negara-Bangsa). *Religi: Jurnal Studi Islam*, 6(1): 4.
- Aidah, Asnil R., dkk. (2022). Pengorganisasian Dalam Perspektif Al Quran. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3): 10505-10506.
- Aisyah, Nur., dan Rofiah, Sawiyatin. (2022). Dakwah Modern Pada Era Konvergensi Media: Studi Kasus Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 8(2): 113.
- Al-Mukarromah. (2022). Dakwah dalam Pandangan Imam Khomeini (1902-1989 M). *Al-Qaul: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(1): 4.
- Andini, Ilham Putri., dkk. (2023). Perubahan Dakwah di Era Digital. *ALADALAH Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(2): 308.
- Anwar, Harles., dan Mualimin. (2019). Dakwah Melalui Pembinaan Keagamaan Terhadap Masyarakat Muslim Pedalaman Oleh Penyuluh Agama Islam Non PNS Kecamatan Tebas, Sambas. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 1(1): 24.
- Ar'rahmah, Fat'hiyah., dan Alifiyori, Diarcy. (2024). Strategi Perencanaan Dakwah Masyarakat Urban di Masjid Al-Humaidiyah Surabaya. *Journal of Islamic Communication Studies (JICoS)*, 2(1): 59.
- Basit, Abdul. (2013). Dakwah Cerdas di Era Modern. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1): 76-94.
- Chairul, M.B.U. (2021, Oktober). *Paradigma Konstruktivis*. Diakses pada 17 Desember 2024, dari https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Chairul-basrun-Umanailo/publication/336764265_Paradigma_Konstruktivis/links/5db7109292851c8180114415/Paradigma-Konstruktivis.pdf

- Choirin, Muhammad., dkk. (2024). Inovasi Dakwah untuk Penguatan Kesadaran Keagamaan: Studi Pada Komunitas Muslim Kelas Menengah. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(2): 28-41.
- Choirin, Muhammad., Syafi'I, Ahmad Helwani., dan Tajudin. (2024). Inovasi Dakwah untuk Penguatan Kesadaran Keagamaan: Studi Pada Komunitas Muslim Kelas Menengah. *Al'I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(2): 36.
- Darojatun, Rina. (2018). *Tren Produk Halal, Gaya Hidup Syar'I dan Kesalehan Simbolik: Studi Tentang Muslim Kelas*. *Jurnal Wardah*, 19(2): 135-157.
- Dewi, Oki Setiana., dan Fata, Ahmad Khoirul. (2021). Beragam Jalan Menjadi Salih: Model Dakwah Kelas Menengah Muslim Indonesia. *Jurnal Bimas Islam*, 14(1): 20-21.
- Durratun, Napisah. (2023). Tuntutan Islam dalam Moderasi Gaya Hidup Masyarakat di Era Globalisasi. *Journal Islamic Education*, 1(3): 898.
<http://quran.bbblm.go.id/?id=31679>. Diakses pada 29 Desember 2024 pukul 13.50 WIB.
<http://quran.bbblm.go.id/?id=76348>. Diakses pada 29 Desember 2024 pukul 13-15 WIB.
<https://iwise.id>. Diakses pada 28 Desember 2024 pukul 15.00 WIB.
- Jessica Winegar dalam "Purposeful Art between Television Preachers and the State", *Journal Arts & Culture*, 2008.
- Kafid, Nur. (2020). Sufisme Dalam Dinamika Kehidupan Masyarakat Muslim Kontemporer. *Jurnal Mimbar Agama Budaya*, 37(1): 23-32.
- Kango, Andries. (2015). Dakwah di Tengah Komunitas Modern. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 16(1): 42-53.
- Ma'zumi., Syihabudin., dan Najmudin. (2019). Pendidikan Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Al-Sunnah: Kajian Atas Istilah *Tarbiyah, Taklim, Tadris, Ta'dib* dan *Takziyah*. *TARBAWY: Indonesian Journal of Islamic Education*, 6(2): 196.
- Marwantika, Asna Istya. (2019). Potret dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media di Indonesia. *Jurnal al-Adabiya*, 14(1): 13.
- Masri, Abdul Rasyid. (2017). Konsepsi Dakwah Dalam Pembangunan Masyarakat Madani Indonesia (Refleksi atas Realitas Dakwah Rasulullah Membangun Masyarakat Madinah). *Jurnal Tasamuh*, 14(2): 115-126.
- Masturi, Ade. (2017). Dakwah Komaruddin Hidayat Oada Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Pengkajian dan Implementasi Ilmu Dakwah*, 12(1): 126.
- Moch. Fakhruroji. (2010). Komodifikasi Agama Sebagai Masalah Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 5(16): 2-3.
- Nafisah, Raudhatun., dan Aiman, Ummul. (2016). Lafaz *Ru'ya* dan *Hulm* dalam Al-Qur'an. *Tafse: Jurnal of Qur'anic Studies*, 1(1): 90.
- Nur, Aisyah., dan Sawiyatin, Rofiah. (2022). Dakwah Modern Pada Era Konvergensi Media: Studi Kasus Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 8(2): 111.
- Pirol, Abdul. Institusi Media Massa dan Pengaruhnya Terhadap Masyarakat. *jurnal Al-Tajdid*, 1: 17.
- Prasetyo, Eko Yudi., dkk. (2022). *TV9 Sebagai Media Islam Aswaja Perspektif Institution*. *VIRTU: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya dan Islam*, 2(1): 31-46.
- Putra, Roni., Alwizar., dan Hitami, Munzir. Konsep Tentang Masyarakat: *Ummah, Sya'b, Kabilah, Wasth, Qisth, Adl*. *Jurnal Literasiologi*, 9(2): 165-167.

- Rustandi, Ridwan. (2019). *Cyberdakwah: Internet sebagai Media Baru dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam*. *Nalar: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, 3(2): 91.
- Sri Widyastri., dan Isman Iskandar. (2020). Institusi Keagamaan dan Masyarakat: Peran Dakwah IIQ Jakarta dalam Perspektif Media Institusi. *TADBIR: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(1): 22-23.
- Sunaryanto., Sofyan Rizal., Zulkifli. (2022). Religious Burgeois Lifestyle of Celebrity Hijrah: Reading the Resurrection of the Muslim Middle Class Based on Cultural Imperialism and Global Economic Factors. *MUBARRIK: Jurnal Dakwah dan Sosial*, 5(1): 64-70.
- Suroto. (2015). Konsep Masyarakat Madani di Indonesia Dalam Masa Postmodern (Sebuah Analisis Kritis). *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 5(9): 664-671.
- Syaputra, Imam., dan Sabri, Yuli. (2023). The Role and Function of Media Institutions in Society in the Digital Age: A Case Study in Indonesia. *SEMANTIK: Journal of Social, Media, Communications, and Journalism*, h. 65.
- Syaputra, Imam., dan Sabri, Yuli. (2023). The Role and Function of Media Institutions in Society in the Digital Age: A Case Study in Indonesia. *SEMANTIK: Journal of Social, Media, Communications, and Journalism*, h. 66.
- Widyastri, Sri., dan Iskandar, Isman. (2020). Institusi Keagamaan dan Masyarakat: Peran Dakwah IIQ Jakarta dalam Perspektif Media Institusi. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(1): 17-38.
- Yudi, Eko P., Mauli, Deden D., dan Afdoli, M. Romadoni. (2022). TV9 Sebagai Media Islam Aswaja Perspektif *Institution*. *VIRTU: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya dan Islam*, 2(1): 33.
- Yudi, Eko P., Mauli, Deden D., dan Afdoli, M. Romadoni. (2022). TV9 Sebagai Media Islam Aswaja Perspektif *Institution*. *VIRTU: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya dan Islam*, 2(1): 34-35.
- Adeni. (2016). *Institusi Televisi Keislaman: Studi atas Rodja TV sebagai Media Islam Salafi*, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Cinta Buku Media)
- Khatima, Khusnul. (2016). *Ru'ya Dalam Al-Qur'an*. (Tesis Magister, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Oki Setiana Dewi. (2020). *Pengajian Selebritas Hijrah Kelas Menengah Muslim (2000-2019): Respons Atas Dakwah Salafi dan Jamaah Tabligh*. (Disertasi, Doktor: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta), h. 2-6.
- Bakti, Andi Faisal. (2005). Islam and Modernity: Nurchlish Madjid's Interpretation of Civil Society, Pluralism, Secularization, and Democracy. *Asian Journal of Social Science*, 33(3): 491.
- Bakti, Andi Faisal. (2018). Media and Religion: Rodja TV's Involvement in the Civil Society Discourse for Community Development. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(3): 226.
- Bakti, Andi Faisal. *The Role of Islamic Media in The Globalization Era*. Between Religious Principles and Values of Globalization, The Challenges and The Opportunities, "paper presented at the second International Conference on Islamic Media, 13-15 Desember 2011.
- Bakti, Andi Faisal., dan Meidasari, Venny Eka. (2014). *Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam*. *Jurnal Komunikasi Islam*, 4(1): 43.

Komarudin Shaleh dan Nandang HMS. (2016). Dakwah pada Masyarakat Perkotaan: Studi Deskriptif Analisis terhadap Wajah dan Aktivitas Dakwah Persis Pimpinan Daerah Kota Bandung. *Prosiding SnaPP* tahun 2016 hal 272.