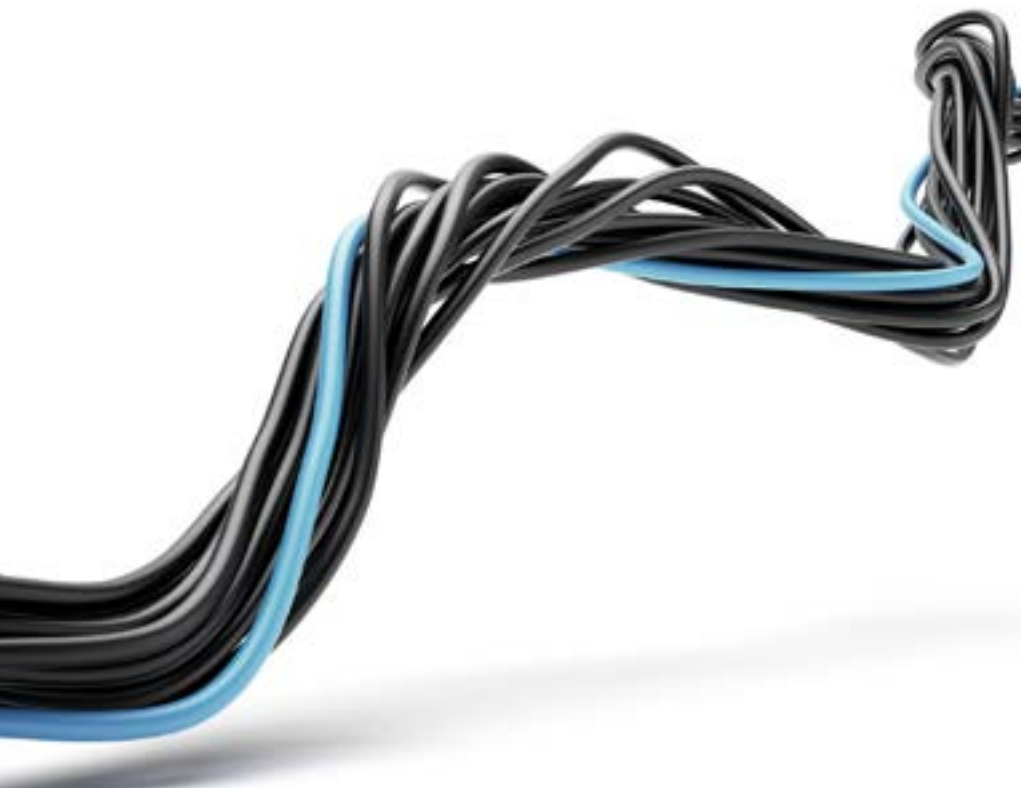


KUMPULAN USLUB DAKWAH 1435 H

Prof. Dr.-Ing. H. Fahmi Amhar



Kata Pengantar

Karena Ramadhan sudah mau berakhir, sementara serial Uslub Dakwah cukup sekian dulu. Padahal masih banyak lho yang bisa ditulis. Kita belum sempat membahas *uslub* melalui dunia “Financial Syariah”, “Kuliner Halal”, “Kids-care”, “Dakwah di kalangan Pengusaha”, “Dakwah di kalangan Intelektual”, “Dakwah di Kalangan Buruh”, “Dakwah di Sektor Informal”, “Dakwah di antara Politisi”, dsb. Anda juga boleh usul, uslub apa yang masih perlu dibahas. Saya juga masih harus terus menambah ilmu.

Buat yang ketinggalan, berikut ini kumpulan 30 seri uslub dakwah yang sudah ditulis selama Ramadhan ini. Insya Allah nanti akan dibukukan setelah ditambah dengan artikel Uslub vs Thariqah, Prinsip-prinsip Marketing dalam Dakwah, dan dilengkapi dengan dalil dan ilustrasinya....

Sekarang saya ucapkan dulu *Selamat Menuntaskan Ibadah Ramadhan*, semoga mendapatkan malam *Lailatul Qadar* dan puasanya diterima, bisa bertransformasi dari mukmin menjadi *muttaqin*, dan akhirnya kami ucapkan Selamat

Iedul Fitri, *Taqobbalallahu minna wa min kum, shiyamana wa shiyamukum*, mohon maaf lahir dan batin.

Salam.

Fahmi Amhar

July 26, 2014 at 10:30am

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Uslub Dakwah #1: Mengontak Melalui Rekomendasi	1
Uslub Dakwah #2: Mengontak Melalui Repetisi	5
Uslub Dakwah #3: Berawal dari Taksi	7
Uslub Dakwah #4: Mendekati Massa	9
Uslub Dakwah #5: Mendekati Korban	13
Uslub Dakwah #6: Waktu Tanpa Batas	17
Uslub Dakwah #7: Melintasi Sekat	21
Uslub Dakwah #8: Reputasi	25
Uslub Dakwah #9: Prestasi	29
Uslub Dakwah #10: Menghargai Gengsi	31

Uslub Dakwah #11: Advokasi	35
Uslub Dakwah #12: Okasi (Occasion)	39
Uslub Dakwah #13: Melebihi Imajinasi	43
Uslub Dakwah #14: Konsultasi	49
Uslub Dakwah #15: Edukasi	53
Uslub Dakwah #16: Kompetisi	57
Uslub Dakwah #17: Rekreasi	61
Uslub Dakwah #18: Pusat Informasi	65
Uslub Dakwah #19: Donasi	67
Uslub Dakwah #20: Lokasi	71
Uslub Dakwah #21: Eksibisi	75
Uslub Dakwah #22: Diskusi	77
Uslub Dakwah #23: Demonstrasi	81
Uslub Dakwah #24: Korespondensi	85
Uslub Dakwah #25: Standardisasi	89
Uslub Dakwah #26: Souvenir	93
Uslub Dakwah #27: Layanan Personal	97
Uslub Dakwah #28: Radio & Televisi	101
Uslub Dakwah #29: Buletin, Majalah, & Koran	105
Uslub Dakwah #30: Atraksi Dakwah	111

Tentang Penulis	115
Tentang Editor	119
Disclaimer	121

1

Mengontak Melalui Rekomendasi

Ada banyak cerita hingga seorang tokoh jadi bergabung dalam jama'ah dakwah. Namun ada beberapa yang pernah saya saksikan atau saya alami sendiri.

Dalam pengalaman saya, mengontak siapapun akan mudah ketika orang itu tidak merasa *terancam* dengan kehadiran kita. Dia tidak takut kita akan menipunya, akan meminta uangnya, atau akan merepotkannya di masa mendatang. Dan itu bisa dibangun ketika banyak kesamaan kita dengan dirinya. Kesamaan itu memberinya rasa aman.

Kesamaan itu ada yang sifatnya *given*, seperti kesamaan daerah asal, kesamaan sekolah, kesamaan profesi, hingga kesamaan lingkungan pergaulan. Ada juga kesamaan yang sifatnya *to get*, seperti kesamaan pandangan atas suatu hal, kesamaan hobi, kesamaan makanan kesukaan, dsb.

Saya memiliki latar belakang keluarga besar pesantren (Nahdhiyyin), tetapi ada juga di antara keluarga besar saya yang menikah dengan tokoh Muhammadiyah setempat. Hal

ini ternyata sangat membantu dalam dakwah. Di daerah asal saya, saya mengajak teman-teman dalam jama'ah dakwah untuk *sowan* (silaturahmi) dengan para tokoh yang masih ada hubungan keluarga ini.

Ketika kami datang pertama, yang dibicarakan tentu saja masih *ngalor-ngidul*, bahkan banyak guyonan yang dikeluarkan. Tujuannya hanyalah membuat suasana cair, dan tokoh yang dikontak ini merasa nyaman.

Baru dalam pertemuan berikutnya, kami memperkenalkan diri bahwa kami saat ini aktif di suatu jama'ah, dan jama'ah itu seperti apa, dan apa yang bisa kita sinergikan dalam dakwah. Kami menyadari bahwa mereka juga punya ghirah dalam dakwah Islam, dan mereka juga memiliki kontribusi entah sedikit ataupun banyak, baik secara individual ataupun komunal.

Kami juga bertanya kepada mereka, siapa tokoh di pergerakan mereka yang pantas untuk kami *sowani* dan kami reguk ilmunya. Dari situlah, kami kemudian keliling, menyambangi satu kyai ke kyai yang lain. Kami bisa mengatakan, bahwa kami *sowan* pada mereka karena rekomendasi Kyai Fulan. Perlahan namun pasti, kami sampai kepada kyai-kyai yang dapat dibilang *khos*, yaitu yang terkenal integritasnya, ilmunya, dan pengaruhnya, setidaknya di daerah kami.

Dari situlah, dengan terus menjaga hubungan baik ini, lambat-laun, setiap ada isu miring terhadap jama'ah, justru dibantah oleh para tokoh-tokoh ini. Mereka karena sering kami kontak, yakin bahwa kami tidak seperti dalam fitnah-fitnah itu. Mereka mungkin tidak pernah menjadi bagian dari jama'ah kami, tetapi mereka memudahkan jalan ratusan dan

ribuan orang untuk bekerjasama atau bahkan bergabung dengan kami. Dan mereka yakin, kami adalah bagian dari umat Islam, yang sedang bekerja untuk kebaikan negeri ini.

2

Mengontak Melalui Repetisi

Sejak saya masih duduk di bangku SD, saya termasuk suka sholat berjama'ah di masjid, termasuk suka adzan dan menabuh bedug. Ini karena masjid kampung saya adalah masjid nahdhiyin yang memiliki bedhug dan pentongan.

Ketika tahun 1987 saya ikut kursus bahasa di Jakarta selama enam bulan, saya kos di daerah Palmeriam, Matraman, dekat Pasar Burung. Saya berusaha selalu sholat berjama'ah di masjid di depan pasar, terutama Shubuh dan Isya'. Setelah beberapa minggu, saya minta izin sesepuhnya untuk adzan. *Alhamdulillah* diijinkan.

Setelah berjalan beberapa bulan, kalau saya ke masjid, dan sesepuhnya yang tinggal di samping masjid masih sibuk melayani pembeli warungnya, begitu melihat saya lewat dia memanggil saya, "Nak, ini kunci mikrofonnya, silakan adzan ya, Bapak nyusul sebentar lagi".

Sampai saya meninggalkan lingkungan itu, Bapak sesepuh itu belum mengenal siapa nama saya, aslinya dari

mana, kos di rumah siapa dan sekolah di mana. Dia percaya karena kebiasaan saya: sholat berjama'ah dan adzan.

Bertahun-tahun berikutnya, hal itu terulang di komplek perumahan yang saya tinggali sekarang. Berawal dari selalu sholat berjama'ah di masjid. Disusul dengan adzan. Suatu ketika yang biasa diminta jadi imam tidak hadir, akhirnya saya memberanikan diri maju. Akhirnya orang tahu, bagaimana kalau kita menjadi imam, terutama di saat bacaannya harus keras, yaitu waktu Magrib, Isya' dan Shubuh.

Ketika mereka tahu kualitas tajwid kita, dan hafalan surat kita, maka pada saatnya kita akan dijadwalkan mengisi kulum, misalnya saat Ramadhan seperti saat ini.

Begitu orang tahu kualitas kulum kita, pada saatnya kita akan dijadwal untuk mengisi khutbah Jum'at. Pertama tentu di masjid lingkungan kita sendiri, di mana DKM tidak perlu mengeluarkan uang transport.

Tetapi seiring dengan waktu, akan ada orang dari kampung sebelah atau pabrik terdekat yang menilai kita cukup berisi untuk mengisi khutbah atau kulum di masjid kampung sebelah atau masjid pabrik terdekat.

Demikianlah, repetisi akan memudahkan jalan kita mengakses siapapun. Dimulai dari hal-hal kecil. Sholat berjama'ah, adzan, dan seterusnya. Semuanya alami. Tidak perlu pencitraan, apalagi trik-trik instan, yang pengaruhnya tidak awet.

3

Berawal dari Taksi

Ini pengalaman kontak salah seorang kawan. Beliau lebih sering ke kantor naik angkutan umum, kereta, bus, dan kepepetnya taksi. Alasannya, karena terus punya waktu untuk membaca. Kalau buat baca Qur'an, kemacetan Jakarta tiap hari bisa buat taddarus 2,5 juz berangkat dan 2,5 juz pulang. Jadi seminggu khatam lah.

Kalau buat baca buku, bisa dapat 50 halaman per perjalanan kalau buku setingkat 30 Jurus Mengubah Nasib. Jadi buku tersebut bisa khatam dalam 2 hari saja, tanpa harus menyediakan waktu ekstra.

Nah, kalau naik taksi, kawan ini sering mengajak ngobrol sopir taksinya. Kebetulan di Jakarta banyak sopir taksi yang berpendidikan. Sebagian dari mereka itu sarjana, dan dulu bahkan pernah kerja di bank, sebelum banknya dilikuidasi.

Topik ngobrolnya bisa mulai dari apa saja. Soal macet, soal apa yang sudah diperbuat pemerintah untuk mengatasi kemacetan, atau menurunkan populasi pengemis di jalanan,

atau apakah mereka para sopir taksi akan seumur-umur jadi sopir taksi saja.

Nah, di antara sekian ratus sopir taksi yang pernah ditemuinya itu, ada yang cocok, bahkan sampai minta nomor telpon kawan ini. Kawan ini lalu memberikan kartu namanya.

Nah rupanya, sopir taksi yang minta nomor telpon itu juga dilanggan seorang pejabat. Rupanya, pejabat itu kalau mau ke bandara sering minta diantar taksi saja. Kebetulan taksi itu selalu memberi tanda terima pembayaran yang bisa diklaim di kantor. Kalau pakai mobil pribadi, sudah capek, di bandara cari parkir susah, kalau dapat juga bayar parkirnya selangit, eh di kantor tidak diganti.

Nah, suatu hari si pejabat ini punya anak. Ingin *aqiqah*. Karena sudah mepet, dan pas naik taksi langganan, dia tanya pak sopirnya, apakah punya teman yang ustadz tidak? yang bisa ngisi *tausiyah aqiqah*. Nah pak sopir taksi yang shaleh ini ingat kawan saya itu.

Singkat cerita, kawan saya jadilah mengisi tausiyah aqiqah di rumah seorang pejabat. Di sana hadir tokoh-tokoh elit, ada menteri dan mantan menteri, ada beberapa perwira tinggi aktif. Apa ya topiknya? Ambil saja tentang hak-hak anak di dalam Islam, bagaimana dulu para khalifah memenuhi hak-hak anak, dan bagaimana realisasinya di zaman modern. Beberapa tokoh elit itu terperangah, "Oh ternyata Islam mengatur sampai di situ ya?"

4

Mendekati Massa

Kalau dakwah cuma diartikan pengajian di masjid, maka alangkah sedihnya. Masjid-masjid sekarang sering kosong melompong. Selain itu, ada ironi: “Yang datang ke masjid kan orang yang sudah baik, mestinya dakwah itu untuk mereka yang masih harus diperbaiki ...”.

Berbagai cara dipakai untuk menarik massa datang ke masjid. Ada yang tiap kali pengajian dilengkapi konsumsi (makan-makan). Ada yang mengundang da'i selebriti, atau juga “cuma selebriti” untuk sekedar “sharing”. Pengajian dikemas dengan panggung beserta dekorasi dan soundsystemnya, lengkap dengan genset untuk jaga-jaga jika listrik mati.

Tentu saja ini semua perlu biaya tinggi. Bayangkan, ada suatu komplek perumahan yang setiap kali mengadakan pengajian, menganggarkan setidaknya Rp. 50 juta. Ya ini semua boleh-boleh saja.

Di satu sisi, itu namanya “menghargai ilmu”. Masak

yang dihargai cuma konser musik saja. Tetapi di sisi lain, itu membuat orang takut bikin pengajian. Takut harus keluar biaya tinggi, padahal hasilnya seperti apa sih? Apa benar-benar jadi membuat yang malas ke masjid jadi rajin ke masjid? Apa benar-benar bisa membuat yang masih suka maksiat jadi bertaubat?

Tapi ada sekelompok anak muda yang nekad berdakwah tanpa biaya tetapi dapat massa. Tentu saja bukan lewat social-media. Kalau lewat social-media, biasanya yang ikut sudah yang kelas menengah ke atas, atau setidaknya berpendidikan, karena untuk bisa memakai internet, perlu basic knowledge tertentu. Dan yang membaca dakwah via social-media, biasanya memang yang sudah punya kecenderungan pada dakwah.

Anak-anak muda itu nekad mendekati massa di tempat-tempat kerumunan. Dan yang paling mudah, di mana orang juga biasanya tidak punya kegiatan lain, adalah: DI DALAM BUS KOTA.

Tentu saja mereka minta ijin ke kondektur bus. Mereka bukan mengamen, bukan pula mengemis. Mereka naik ke atas bus, mengucapkan salam, lalu menyampaikan sepotong ayat atau hadits, diulas singkat, kadang ditambah dengan membaca puisi, lalu membagikan bulletin. Sudah.

Kadang ada yang mau memberi infaq, entah karena simpati atau karena mengira ini modus baru pengemis. Tetapi ditolak. Disampaikan saja, "Bapak/Ibu, kalau mau sedekah, silakan menghubungi nomor telepon yang ada di dalam bulletin. Kami sangat berterima kasih bila Bapak/Ibu bisa membuat bulletin ini tersebar lebih luas. Salam".

Lalu mereka turun, dan naik bus berikutnya. Satu bus hanya perlu sekitar 5-7 menit. Benar-benar kultum. Dalam satu sore, sambil “ngabuburit”, mereka bisa “menaklukkan” sekitar 10 bus, dengan jumlah total penumpang minimal 500 orang, dan membagikan sekitar satu rim bulletin.

Semoga Allah membalas waktu, suara dan keringat mereka dengan mata air surga.

5

Mendekati Korban

Pernah masuk penjara? Jangan *lah ya*, kalau masuknya sebagai narapidana. Tetapi kalau masuk penjara sebagai da'i, itu sebuah karunia.

Ada seorang kawan yang memberanikan diri menghadap kepala Lapas untuk memberikan bimbingan mental kepada narapidana. Bentuknya ya *tausiyah* sehabis shalat dhuhur atau ashar (jam kunjungan) atau khutbah Jum'at dilanjutkan diskusi. Silabus *tausiyah*-nya ditunjukkan. Isinya dari soal keimanan, *qadha-qadar*, hukum *syara'* (ibadah, *mu'amalah*) dan soal-soal memperkuat nafsiyah islamiyah lainnya. Dan semuanya gratis.

Kepala Lapas sepertinya sumringah tanda setuju. Soalnya, lapas tidak punya anggaran untuk hal-hal seperti ini. Mengharapkan keropak amal *shodaqoh* juga tidak mungkin. Secara resmi, penghuni lapas kan tidak punya penghasilan. Yang mereka miliki adalah waktu luang yang sangat banyak!!!

Akhirnya jadilah. Di dalam lapas itu ada beraneka penghuni yang masuk karena beraneka perkara. Ada yang masuk karena sekedar berkelahi, dan mereka menyesali bahwa hal *sepele* seperti itu bisa memasukkannya ke dalam penjara. Orang-orang seperti ini banyak menghabiskan waktunya di masjid penjara.

Ada juga yang masuk karena tertangkap tindak pidana seperti nyopet, curanmor atau perampokan dengan kekerasan. Di antara mereka ada yang menyesal, tetapi ada juga yang menganggap penjara sebagai sekolah, agar nanti kalau keluar bisa lebih lihai lagi.

Ada juga yang masuk karena kasus narkoba. Ini agak susah diperbaiki. Sebagian malah masih tetap menjalankan profesinya dari balik jeruji. Tidak sulit untuk mendapatkan alat komunikasi dengan sedikit uang suap kepada para sipir. Yang paling *menderita* di penjara adalah yang masuk karena kasus kesusilaan (pemerksa) dan korupsi.

Di antara para penjahat, rupanya pemerksa adalah yang paling rendah kastanya. Mereka dianggap tidak jantan karena menjahati mahluk yang lemah. Sedang para koruptor akan dipalak habis-habisan, baik oleh sipir maupun sesama napi. Tetapi kadang karena uang mereka di luar masih banyak yang belum dideteksi aparat, sehingga mereka masih bisa hidup enak di dalam penjara.

Sebenarnya masih ada satu lagi, tapi ini sejak zaman reformasi nyaris tidak ada lagi, yaitu napi politik. Dulu napi politik ini paling dihormati, sebab mereka dipenjara hanya karena berseberangan pandangan politik dengan penguasa, padahal para napi itu tahu, penguasa ini dzalim. Napi ini juga dihormati karena mereka biasanya 'alim, menghabiskan

waktu di penjara dengan baca Qur'an atau baca buku, ramah dengan sesama napi, dan tidak pernah terpancing berbuat onar.

Nah, menghadapi berbagai mahluk napi seperti itu tentu saja ada seninya. Yang paling penting adalah seni bersabar mendengarkan curhat orang. Juga seni bersabar diledek oleh napi, "Ah Pak Ustadz, Pak Ustadz sih enak, dapat nasib baik, punya pekerjaan, ngomong saja dapat amplop. *Lha* kita ini Pak Ustadz, kita ini sial terus dari kecil"

Dengan berjalannya waktu, sebagian napi jadi percaya dengan perhatian Ustadz. Mereka jadi tahu, bahwa dalam tataran mikro mereka ini adalah pelaku kriminal, tetapi dalam tataran makro, mereka ini adalah juga korban dari kejahatan sistem kapitalisme liberal.

Dan mereka jadi tahu, bahwa di balik alam semesta ini ada Dzat Yang Maha Pengatur, yang menciptakan segala sesuatu di kehidupan ini untuk menguji, siapa yang lebih baik amalnya. Dzat itu juga menerima taubat bagi siapapun yang mencarinya. Barang siapa mendekati-Nya sejengkal, Allah akan mendekatinya sehasta. Barang siapa mendekati-Nya dengan berjalan, Allah akan mendekatinya dengan berlari.

Memang tidak semua napi jadi insaf, dan jadi bersedia mengaji, atau meneruskan mengaji selepas dari penjara. Tetapi kalau ada seorang saja yang tetap mengaji selepas dari sana, rasa terharu dan bahagia ini membunyah.

Salah satu eks-napi ini pernah membantu saya waktu masyirah di Jakarta. Dia tahu triknya berkomunikasi dengan para preman. Sebagian preman itu dia kenal di penjara!!!

Ada juga mantan pejabat yang kenal Islam saat di penjara. Kalau pejabat biasanya ya karena kasus korupsi. Karena di penjara banyak waktu, kami bisa diskusi banyak hal, termasuk tentang sistem Islam dalam mengatur birokrasi.

Eh ada salah seorang pejabat komentar begini, “Wah, saya mendukung ini ide khilafah!”. “Kenapa Pak?”, tanya temannya sesama napi koruptor. “Saya mendukung, karena di dalam struktur Khilafah tidak ada KPK”. Wah gak nyambung banget.

Tetapi pernah, suatu hari, para napi koruptor ini minta ijin. “Pak Ustadz, Jum’at depan beberapa dari kami mohon ijin gak ikut ngaji ya”. “Oh ya pak gak papa ...”, Ustadznya tidak bertanya lebih lanjut alasannya. Dia berbaik sangka saja.

Ternyata dua Jum’at kemudian ketemu lagi, yang minta ijin tadi ngasih oleh-oleh ke Pak Ustadz, kurma, zam-zam dan tasbih dari Mekkah. *Nah lho*, diterima tidak?

6

Waktu Tanpa Batas

Bagaimana cara menemui orang yang super sibuk?

Tidak ada dakwah tanpa bertemu, dan tidak ada bertemu kecuali sabar tanpa batas meluangkan waktu. Dan kita harus sama-sama maklumi, ada orang-orang yang super sibuk. Mereka memiliki ratusan amanah setiap hari. Dari amanah pekerjaan (beberapa proyek), amanah mengajar atau ceramah, amanah yayasan, amanah ormas/partai, amanah mahasiswa bimbingan, amanah menulis, amanah menemui pers, amanah keluarga besar dan sebagainya yang saya tidak tahu.

Kalau ketemu resmi, pernah sudah janji ketemu di kantor dan ditunggu 3 jam, *eh* akhirnya yang menemui juga orang lain, karena sang tokoh punya agenda yang dianggap lebih penting.

Untungnya, setiap orang pasti memiliki waktu celah. Yaitu waktu yang mereka merasa harus melakukannya, nyaris setiap hari. Nah, itu yang harus kita identifikasi kalau kita

ingin menemuinya, tanpa banyak protokol ataupun basa-basi.

Beberapa tokoh saya ketahui memiliki waktu celah Ahad pagi. Ahad sehabis shubuh, mereka nyaris selalu lari pagi di seputar lapangan Monas. Karena itu, kalau mau menemui mereka, mau tidak mau kita harus ikutan lari pagi di seputar lapangan Monas.

Itu artinya, kalau kita tinggal di Bogor, ya harus berangkat pukul 03 pagi, parkir di Istiqlal, shubuh di sana, lalu ganti baju dari lari pagi. Jangan lupa bahan yang kita bawa dibuat sepraktis mungkin untuk dibawa lari pagi. Lebih baik lagi kalau sebelumnya sudah cari tahu nomor hp-nya lalu memberi tahu ingin ketemu sambil lari pagi. Tokoh yang seperti ini antara lain Menteri BUMN Dahlan Iskan.

Ada juga tokoh yang waktu celahnya pasca Jum'at. Sehabis shalat mereka tidak langsung pulang, tetapi ngobrol-ngobrol ringan dulu dengan orang di sekitarnya. Walaupun mungkin ada pengawal atau ajudan, tetapi tidak ketat-ketat amat.

Dulu tokoh yang seperti ini adalah Menristek Habibie dan Gus Dur sebelum jadi presiden. Belakangan saya dengar Yusuf Kalla sejak jadi Ketua PMI juga suka ngobrol pasca Jum'atan di masjid kampus Univ. Paramadina yang letaknya di samping kantor PMI.

Tapi ada juga tokoh yang harus *dikejar*. Kadang celahnya sambil makan di restoran atau di dalam kendaraannya. Tetapi tentu tidak mudah menembus pengawal atau ajudan kalau seperti ini, apalagi mereka belum kenal kita. Yang termudah adalah kalau kita memperkenalkan diri sebagai

awak pers. Tentu saja jangan pers abal-abal. Yang lebih mudah adalah, kita kenal baik dulu dengan wartawan betulan, lalu minta ditemani hunting sang tokoh. Tapi jangan banyak-banyak. Maksimal dua orang saja.

Yang jelas, di waktu yang benar-benar singkat itu, kita harus memberikan kesan yang cair, yang di lain waktu, sang tokoh menganggap ketemu kita ini *aman, menyenangkan, bahkan berharga*. Tentu ini lebih mudah diomongkan, tetapi setelah kita punya *jam terbang*, ini hal yang ternyata tidak sesulit yang disangka dan ternyata menyenangkan juga.

7

Melintasi Sekat

Ketika kita hadir di suatu tempat, biasanya di sana bukan ruang kosong, tetapi ruang yang sudah penuh dengan sekat-sekat. Tak terkecuali di masjid atau di ranah keislaman. Di masjid barangkali sudah ada pengajian bulanan dengan pembicara tertentu yang sudah terjadwal. Di mushola mungkin sudah ada pengajian mingguan, juga sudah terjadwal. Baik di perumahan maupun di kampus atau tempat kerja sama saja. Semua sudah penuh dengan sekat. Terus mana yang masih bisa kita masuki ?

Setidaknya ada tiga jalan.

Jalan pertama adalah jalan **Co-Branding**. Yakni kita *nempel* dengan sosok yang menjadi pengisi tetap pengajian itu. Kita rajin hadir, aktif bertanya, bahkan sampai menjadi dekat seperti sosok guru dan murid, hingga suatu saat dia berhalangan atau mendapatkan jadwal di tempat lain yang lebih *prospektif*, kitalah yang dipercaya menggantikannya.

Jalan pertama ini tentu bisa sangat lama, dan tentu saja

tidak mudah ketika manhaj atau metode sosok pengisi pengajian tersebut berbeda diametral dengan manhaj atau metode yang lebih kita yakini.

Jalan kedua adalah jalan **Stage-Director**. Yakni kita *nempel* dengan sosok organisator dari pengajian tersebut. Di setiap DKM, biasanya ini dipegang oleh Seksi Dakwah. Orang-orang di seksi dakwah ini boleh jadi tidak pernah tampil di panggung, tetapi merekalah yang mengatur jadwal siapa saja yang boleh tampil. Mereka inilah sutradara atau aktor intelektual yang sebenarnya.

Biasanya, seksi dakwah ini diisi oleh orang-orang yang mau sibuk, istilahnya mau *kotor tangannya* setiap ada pengajian, mulai menyiapkan dan mengedarkan undangan, bersih-bersih ruangan, menata sound system, membagikan konsumsi, hingga nanti membereskan segala sesuatu setelahnya.

Biasanya kalau aktif di seksi dakwah ini, lama-lama akan diajak rapat, dan lama-lama akan didengar usulannya tentang siapa yang tahun depan sebaiknya dijadwal mengisi pengajian.

Jalan kedua ini relatif lebih cepat. Tetapi tentu saja tidak selalu bisa dilakukan di semua tempat. Faktanya ada pengajian yang benar-benar dimonopoli oleh kelompok tertentu: *siapapun panitianya, pengisinya harus dari kelompok itu*.

Jalan ketiga adalah jalan **Blue Ocean**. Yakni kita membuat wadah sendiri, tidak bersaing dengan yang sudah ada. Kita harus menciptakan differensiasi. Dengan demikian, ini bukan sekedar pengajian seperti yang lain hanya

beda forum. Tetapi memang isi dan kemasannya beda. Alasannya pun baru, sehingga ada legitimasi eksistensinya.

Misalnya, bila di masjid kampus sudah ada pengajian jurusan, ya kita bikin saja pengajian angkatan dengan jadwal yang berbeda. Bila di masjid kampung sudah ada pengajian tafsir atau *akhlaq* tiap malam ahad, bagaimana kalau kita bikin pengajian *sirah* (sejarah Islam) atau *iqtishadi* (fiqih ekonomi) tiap malam senin?

Mungkin sebagian orang akan berpendapat, “Wah kebanyakan pengajian untuk apa?” Tapi sebagian yang lain akan berpendapat, “Wah ini yang saya cari, pengajian yang tidak bikin bete.”

Intinya, kita menawarkan sesuatu yang baru, tanpa harus menggusur yang lama. Karena —maaf-maaf— ada sebagian *da'i* yang menjadikan dakwah sebagai sumber penghasilan, sehingga, setiap ada *perubahan jadwal* pada pengajiannya dianggap sebagai ancaman bagi eksistensinya.

Mudah-mudahan kita termasuk *da'i* yang *ikhlas* dan berhasil mencapai sasarannya.

8

Reputasi

Semua nabi dulu berdakwah berbekal satu hal saja, yaitu: reputasi.

Nabi Muhammad saw sudah dikenal sebagai seorang pebisnis sukses dengan reputasi tak tercela. Dia berdakwah tanpa sedikitpun tujuan dunia. Untuk urusan dunia, dia sudah memiliki *segalanya*: bisnis yang sudah berjalan sendiri (*financial-freedom*), keluarga yang berbahagia, dan nama baik yang di seantero Makkah sudah menggema. Reputasinya sebagai *al-Amin* adalah modal utama menyampaikan risalah kepada kaumnya.

Saya yakin, dakwah hari ini juga akan lebih berhasil jika pengembannya memiliki reputasi. Dakwah tidak sekedar soal gaya bicara dan isi pembicaraan. Tetapi dakwah juga soal, apakah reputasi dari yang bicara ini dikenal oleh yang mendengarnya.

Karena itu memiliki reputasi sebagai orang yang sukses dalam suatu bidang dan tidak tercela dalam mu'amalahnya

itu sangat penting.

Untuk sukses di bidangnya, ini tentu saja spektrumnya sangat lebar. Setiap orang tentu memiliki interaksi dengan orang lain, tergantung apa profesinya. Maka hendaknya, pada profesinya itu dia membangun keutamaan.

Sekalipun dia hanya seorang staf atau bahkan seorang caraka (*office boy*), hendaknya dia menjadi staf atau caraka yang handal, yang memberikan output lebih dari sekedar kewajibannya. Maka semua orang akan mengenalnya sebagai pribadi yang memiliki reputasi. Dan kalau ini ditambah dengan interaksi pribadinya yang hangat, peduli, juga dapat dipegang kata-katanya, tentu semuanya menjadi prasyarat utama untuk dakwah.

Karena itu, setiap pengemban dakwah hendaknya lebih terpacu untuk meningkatkan reputasi ini, justru karena dia lebih memerlukannya untuk meyakinkan orang lain.

Untuk dakwah di kalangan kampus, tentu lebih meyakinkan seorang mahasiswa dengan IPK tinggi dibanding yang IPKnya pas-pasan. Dia menunjukkan bahwa dakwah tidak menghalanginya kuliah, justru memompa semangatnya belajar. Juga di sisi lain menunjukkan bahwa dakwah juga trendy di mata orang-orang yang *berkelas*.

Demikian juga dakwah di kalangan pengusaha, tentu lebih meyakinkan seorang pengusaha pengemban dakwah yang sukses, daripada yang tidak berkembang atau bahkan bangkrut dan terjerat utang berkali-kali. Dia menunjukkan bahwa berbisnis dan berdakwah itu saling memperkuat. Dakwah akan menjaga kehalalan dan keberkahan bisnis, dan bisnis itu akan memperkuat dan menjaga independensi

dakwah.

Memang tidak semua orang terpicat dengan reputasi sosok pengemban dakwah. Tetapi ada orang-orang yang sebenarnya cenderung kepada kebaikan Islam, tetapi terhalang oleh reputasi sosok pengembannya yang kurang “berkelas”.

Pernah terjadi, seorang istri dutabesar tidak pernah hadir di majlis ta’lim, karena malu dia belum bisa membaca Qur’an. Sampai suatu ketika, datang seorang ustadzah yang juga seorang dokter. Barulah istri duta besar tadi semangat belajar privat membaca Qur’an, dan tentu saja juga mengenal *tsaqofah* Islam yang lainnya. Dan pada saat itu, sambil menunggu istrinya mengajar, suami ustadzah tadi bisa juga kontak dengan sang dutabesarnya.

Juga ada seorang pejabat teras di suatu Kabupaten di Jawa yang tertarik untuk mengaji pada seorang ustadz, jusru ketika ustadz itu menolak menerima sumbangan darinya beberapa puluh juta, dengan alasan, mereka hanya menerima sumbangan dari anggotanya, dan kedatangannya ke pejabat tadi tidak untuk mencari sumbangan, tetapi untuk mengajak bersama-sama mempelajari Islam.

Reputasi seperti ini sangat mahal harganya. Meski demikian, reputasi tidak bisa dibeli, tetapi harus dibangun bertahun-tahun lamanya.

9

Prestasi

Kalau kita belum dikenal, otomatis reputasi kita belum diketahui. Lantas bagaimana kita bisa *tembus* untuk mengontak seseorang ?

Jawabannya adalah **prestasi**. Tetapi bukan sembarang prestasi. Melainkan suatu prestasi yang bagi orang tersebut adalah *sesuatu*.

Kalau orang yang kita kontak itu menghargai prestasi akademis, maka memiliki prestasi akademis yang tinggi, Doktor atau Profesor, atau boleh juga sekedar Diploma tetapi didapat di negara maju, itu pasti *sesuatu*. Akan membuat dia setidaknya *menoleh*.

Kalau orang yang kita kontak itu menghargai prestasi bisnis, maka memiliki bisnis yang sudah running dengan omzet harian di atas Rp. 10 juta, itu pasti *sesuatu*. Akan membuat dia setidaknya *berhenti sebentar*, siapa tahu *jodoh*.

Kalau orang yang kita kontak itu menghargai dunia pustaka, maka memiliki sebuah buku yang ditulis sendiri,

apalagi sudah *best-seller*, tentu *sesuatu*. Akan membuat dia setidaknya ingin *minta tanda tangan* di buku yang dia koleksi.

Kalau orang yang kita kontak itu politisi, maka memiliki kenalan di dunia politik yang belum dia miliki, semisal *pernah duduk semobil dengan wakil presiden*, atau *pernah jadi asisten Obama waktu masih jadi pengacara*, itu pasti *sesuatu*. Akan membuat dia setidaknya ingin *minta nomor telpon* kita.

Kalau orang yang kita kontak itu suka travelling, maka pernah mengunjungi tempat yang exotic, yang dia belum pernah, semisal *pernah mengunjungi Republik Islam Iran* atau *pernah hiking melewati 30 tower di tembok Cina*, tentu *sesuatu*. Akan membuat dia setidaknya minta advis *"kalau mau ke sana caranya gimana?"*

Kalau orang yang kita kontak itu lagi mencoba diet menurunkan berat badannya, maka pernah memiliki pengalaman sukses menurunkan berat badan 10 kg dalam satu bulan, itu pasti *sesuatu*. Akan membuat dia mengejar kita untuk bertanya, *"Apa resepnya?"*

Dan kalau orang yang kita kontak itu lagi galau dengan anak-anaknya yang bandel, maka berhasil membuat anak kita yang masih kecil hafal Qur'an sekian juz, itu pasti *sesuatu*. Akan membuat dia setidaknya minta kita *memimpin do'a*.

Intinya, setiap orang pasti memiliki suatu jenis prestasi yang dia kagumi. Kita bisa menjadikan hal itu salah satu dari pintu kontak yang dapat kita manfaatkan. Dan beruntunglah kita yang telah menabung banyak prestasi. Makin banyak pintu kontak yang dapat kita gunakan.

Menghargai Gengsi

Setiap orang pasti memiliki suatu kebanggaan, harga diri atau gengsi. Ini naluri yang fitrah, yaitu naluri *gharizah baqa'*. Naluri ini tidak untuk ditebas, tetapi disalurkan dengan benar sesuai *syara'*.

Ada yang bangga dengan harta kekayaannya. Ada yang bangga dengan penampilannya yang selalu trendi. Ada yang bangga dengan anak-anaknya yang konon cerdas-cerdas. Ada yang bangga dengan istri-istrinya yang konon cantik dan *shalihah*. Ada yang bangga dengan pendidikannya yang tinggi di luar negeri. Ada yang bangga dengan kariernya yang cemerlang. Ada juga yang bangga dengan kiprahnya di masyarakat. Bahkan ada yang bangga dengan Puasa Dawud-nya, atau hafalan Qur'annya.

Itu semua menjadi kebanggaannya, menjadi harga dirinya, yang dia akan suka bicara itu di depan semua orang. Dan dia akan menjaga agar kebanggaannya itu tidak tercederai. Kalau orang bangga dengan kekayaannya, tentu dia tak akan rela dianggap miskin. Kalau orang bangga

dengan kariernya, tentu dia tak akan rela dianggap gagal. Demikian juga terhadap gengsi yang lainnya.

Nah, kalau kita bisa mengidentifikasi gengsi seseorang, kita bisa mengontaknya dengan memanfaatkan gengsi tersebut.

Misalnya begini. Kita ingin mengontak seseorang yang bangga dengan kariernya. Misalnya dia pada usia 49 sudah menjadi seorang pejabat Eselon-1. Maka ketika bertemu, yang pertama kita *tembakkan* adalah ucapan selamat, *"Selamat bapak, luar biasa, pada usia muda ini bapak sudah berada pada karier puncak di instansi bapak. Boleh berbagi bapak, kira-kira apa rahasianya?"*

Maka bapak yang bangga dengan kariernya itu insya Allah akan dengan semangat bercerita, betapa dia berhasil mensukseskan berbagai program utama di instansinya, sehingga dipercaya oleh atasan, hingga oleh menteri, sehingga diberi amanah menjadi pejabat Eselon-1.

Dan kita timpali terus, *"Wah, itu tentu sulit sekali ya Pak saat itu?"*, atau *"Bagaimana pak menaklukkan tantangan yang di atas pengalaman kita?"*, atau *"Apa tidak ada orang lain yang katakanlah iri dengan yang bapak raih itu? Kalau ada cara mengatasinya gimana?"*, dst.

Kalau sudah keasyikan ngomong kehebatan dirinya, orang biasanya lupa diri. Mungkin semula kita dijadwal cuma bertemu 10 menit, tetapi jadinya 1,5 jam. Nanti kalau sudah *cair* seperti ini, insya Allah, kita bisa menyampaikan maksud kedatangan kita lebih leluasa. Dia mungkin lalu akan bertanya begini,

"Adik ini datang ketemu saya, ada apa? Apa yang bisa saya

bantu dik?"

Nah di situlah saatnya Anda menjelaskan maksud kedatangan Anda.

Tetapi meskipun menghargai gengsi, sebaiknya kita jangan terlalu lebay. Memuji berlebihan boleh jadi malah akan membuat yang bersangkutan risih, jijik dan muak. Jadi lihat situasi saja lah.

Ingat, ketika mengontak para pembesar Arab, Rasulullah dan para sahabatnya juga sering memuji kemuliaan para tokoh Arab itu, menyebut-nyebut persaudaraan di antara mereka, kesetiaan mereka dalam memegang perjanjian, atau sifat-sifat lain yang memang mulia secara universal. Dan itulah yang sebaiknya kita teladani sekarang ini.

Advokasi

Dakwah itu kadang memberi tahu mad'u tentang solusi tuntas jangka panjang. Ada solusi yang baru bisa dicapai bila masyarakat sudah islami, hukum-hukum Islam sudah diterapkan, dan *khilafah Islamiyah ala minhajnin nubuwwah* sudah tegak. Bahkan ada pula dakwah yang hanya dapat memberi tahu orang-orang yang taqwa tentang kenikmatan di *akhirat*, bila mereka mendapat *ridha* Allah dan masuk surga.

Namun bagi orang kalangan bawah, yang berkutut dengan kesulitan-kesulitan hidup dari hari ke hari, dakwah seperti itu jelas tidak membumi. Ada yang untuk wudhu saja air bersih sulit di dapat. Ada yang untuk sahur saja, tidak ada sesuatu yang dapat dimakan. Ada yang untuk belajar saja, mereka tidak memiliki akses ke lembaga pendidikan.

Bahkan ada yang untuk bisa berdiri saja, mereka tidak sanggup karena sudah sekian lama sakit yang membuatnya hanya bisa terbaring lemah di bilik kumuh tanpa perawatan medis. Dan karena sakit ini mereka juga tidak bisa mencari

penghasilan.

Kalau mereka memiliki anak-anak yang masih kecil, maka ketiadaan penghasilan juga akan membuat anak-anak itu putus sekolah, atau terpaksa bekerja serabutan yang akan membuat mereka terus miskin. Atau mereka terseret ke dunia hitam.

Mereka ini butuh solusi jangka pendek, segera, karena kalau soal sabar, mereka sudah jauh lebih sabar dari para *da'i* itu.

Mungkin kita sebagai pengemban dakwah hanya sanggup memberikan mereka solusi amat sementara, shadaqah yang tidak seberapa, tidak akan sanggup memberikan mereka solusi tuntas.

Dan itu juga tugas negara, bukan tugas kita sebagai individu. Tetapi setidaknya kita bisa memberikan pembelaan atau memperjuangkan nasib mereka agar diperhatikan negara atau para aghniya. Itulah advokasi.

Advokasi bisa membuat kontak dakwah sukses dari arah yang tidak disangka-sangka. Setidaknya ada tiga pihak yang akan tersentuh oleh uslub advokasi ini:

Pertama, tentu saja si korban sendiri. Advokasi atas nasib mereka akan membuat mereka berterima kasih seumur hidup.

Ada seorang pengemban dakwah yang sebagai pribadi, di masa lalu memperjuangkan suatu beasiswa privat agar seorang anak *dhu'a'fa* dapat terus sekolah. Lima belas tahun kemudian, si anak *dhu'afa* ini jadi ketua DPD parpol XXX di kota YYY. Lazimnya, aktivis parpol itu gemar mem-

bully ormas tempat si pengemban dakwah itu bernaung. Tetapi di kota YYY, tidak ada aktivis parpol XXX yang berani melakukannya, karena ketua DPD mereka orang yang tahu berterimakasih.

Kedua, adalah pejabat yang berwenang atau *aghniya* (orang kaya) yang secara real memberi bantuan. Meski kita hanya melakukan advokasi, tetapi hubungan yang kita mulai dengan pejabat atau *aghniya* itu akan dapat diteruskan sampai kapanpun. Mereka akan tahu bahwa kita memperjuangkan sesuatu yang agung, yang bernilai kemanusiaan melintasi sekat-sekat golongan, di luar kepentingan pribadi atau kelompok, karena dorongan aqidah dan ideologi semata.

Ketiga, adalah para penonton. Pada awalnya, mereka hanya menonton saja ketika kita melakukan advokasi itu. Ada yang bahkan menganggap ini hanya pencitraan saja, atau menyangka kita seperti yang lain, sekedar ikut-ikutan atau punya tujuan finansial atau politik praktis tertentu. Tetapi setelah semua berlalu, setelah akhirnya mereka tahu kita tidak melakukan politik praktis, juga setelah tahu kita tetap memperjuangkan agenda besar dalam kerangka ideologis, dan hanya berharap balasan dari Allah, mereka akan terbuka mata hatinya.

Itulah, solusi praktis jangka pendek memang bukan kewajiban kita, tetapi advokasi akan membuka pintu dakwah untuk menarik orang bersama-sama memperjuangkan solusi tuntas jangka panjang.

Okasi (Occasion)

Saya kesulitan mencari terjemahan yang pas untuk kata *occasion*. Di dalam kamus, *occasion* diterjemahkan dengan kesempatan, alasan, peristiwa, atau kejadian.

Okasi mencakup peristiwa yang diperingati setiap tahun (semisal Hari Pahlawan), peristiwa yang mendadak diadakan (semisal perpisahan seorang rekan kerja yang pindah karena promosi ke kantor cabang), atau peristiwa yang di luar perhitungan kita (semisal meninggalnya tetangga karena kecelakaan).

Dalam setiap okasi, seorang pengemban dakwah seharusnya siap bila ditodong untuk memberi sambutan. Mungkin kita bukanlah seorang tokoh di komunitas itu. Kita hanya kebetulan saksi sejarah atas suatu peristiwa yang heroik, atau rekan seruangan orang yang akan dipromosikan, atau tetangga terdekat dari yang meninggal.

Nah pada saat itulah, kita sebenarnya diberi *panggung*, untuk menyentuh hati para hadirin.

Waktunya biasanya tidak panjang. Mungkin hanya tiga sampai lima menit saja. Maka tidaklah perlu bahasa yang berbunga-bunga.

Sampaikan saja yang pertama-tama ucapan terima kasih dan penghargaan pada orang-orang yang dikenal terkait dengan okasi itu. Kita sebutkan kebaikan atau kemuliaan mereka.

Kita sebut jasa-jasa pahlawan yang ada di sekitar kita, pahlawan-pahlawan tanpa senjata dan tanpa tanda jasa. Kita sebut prestasi dan jasa yang tersembunyi dari rekan seruangan yang akan dipromosikan.

Kita sebut amal-amal shaleh tetangga kita yang wafat, yang tidak banyak disadari orang lain. Adapun semua yang jelek tidak perlu kita ungkap. Kita ingin melembutkan hati, bukan mengeraskannya.

Baru yang kedua, kita masukkan Islam ke dalamnya. Kita mulai dengan suatu ayat Qur'an, atau Hadits Nabi yang terkait tema okasi itu. Kalau tentang pahlawan, kita bisa kutip hadits *"Sesungguhnya Allah memiliki hamba-hamba yang bukan para nabi dan syuhada. Tetapi para nabi dan syuhada tergiur oleh mereka karena dekatnya kedudukan mereka dari Allah di hari kiamat...."*

Tentang rekan sekerja kita bisa kutip hadits *"Aku menjamin rumah di sekitar surga bagi orang yang meninggalkan debat-kusir, dan rumah di tengah-tengah surga bagi orang yang tidak suka berdusta meski hanya bercanda, dan rumah di bagian paling atas surga bagi orang yang baik ahlaqnya"* (HR Abu Dawud). Lalu dilanjut, *"dan saya iri dengan rekan saya ini, karena saya kira Allah sudah membuatnya"*

rumah di sekitar surga, karena dia tidak pernah terpancing untuk debat kusir”.

Tentang tetangga kita bisa mulai dari hadits *“Termasuk kebahagiaan bagi seseorang adalah tetangga yang baik, kendaraan yang nyaman, dan rumah yang lapang bagi penghuninya”* (HR Ahmad). Lalu dilanjut, *“dan saya beruntung, sekian tahun memiliki almarhum sebagai tetangga yang baik.”*

Terakhir sebagai penutup, kita bisa memberi closing remark yang lebih ideologis. Bahwa kita semua mencitakan sebuah masyarakat yang islami, yang seluruh hukum Islam ditegakkan, yang para pemimpinnya menjadi teladan, mencintai umat sehingga dicintai Allah dan dicintai umat, sehingga akan makin banyak pahlawan-pahlawan di sekitar kita, akan makin banyak rekan-rekan sekerja kita yang mengajak kita tinggal di dalam surga, dan semakin banyak tetangga yang membuat hidup kita lebih berbahagia.

Melebihi Imajinasi

Kalau seorang muslim terjun dalam dakwah, mau tak mau dia wajib melalui berbagai *ujian*, yang sebagian besar bahkan harus melebihi imajinasinya. Tujuannya adalah agar dia menyadari, bahwa di dalam dirinya itu ada *raksasa tidur*, potensi karunia Allah yang hanya akan Allah bangkitkan, kalau dia menolong agama Allah.

Ini ujian-ujian yang memang bisa dipersiapkan atau dilatih, tetapi jadi tidaknya memang harus diceburkan ke medan kenyataan.

Bicara di depan orang banyak, menghubungi tokoh-tokoh masyarakat, mengorganisasikan sebuah acara besar, menggalang dana, mengatasi persoalan teknis di lapangan, bernegosiasi dengan aparat, dan masih banyak lagi yang bisa tiba-tiba jadi kita kuasai, karena kita terlibat dalam dakwah.

Bicara di depan orang banyak bisa mulai dilatih dengan memberi kultum ke suatu audiens kecil, misalnya jama'ah

shubuh atau dzuhur. Nanti meningkat ke khutbah Jum'at, meningkat lagi ke diskusi publik interaktif, dan seterusnya.

Saya pernah menjadi mentor dari seseorang yang sehari-hari menjadi petugas cleaning service. Di kantor tentu saja dia berada di strata terendah. Namun karena serius ngaji dan ingin berdakwah, saya latih dia khutbah Jum'at.

Setelah saya simulasi berkali-kali hingga tanpa kesalahan, akhirnya saya lepas. Saya memiliki jadwal khutbah yang cukup padat di berbagai masjid. Si cleaning service ini saya tawari menggantikan saya khutbah di suatu masjid di luar kantor. Saya beralasan, mungkin berhalangan, karena rapat di kantor selesainya mepet. Tetapi akhirnya saya hadir juga ke masjid itu meski diam-diam dan duduk di belakang.

Alhamdulillah, anak muda ini lulus khutbah Jum'at tanpa insiden apapun. Bacaan pembukanya bagus. Isi khutbahnya jelas dan menyentuh. Kemudian waktu sholat, dia membaca surat *al-A'la* dan *al-Ghasiyah* dengan *tajwid* yang sempurna. Setelah itu, rasa percaya diri petugas cleaning service ini naik 300%.

Rasa percaya diri ini akhirnya mendorongnya mencoba mengubah nasibnya dengan meneruskan kuliah sore hari. Beberapa tahun kemudian dia telah menjadi guru sebuah SMP-IT, bahkan pernah mendapat amanah jadi kepala sekolah.

Saya sendiri belajar bicara di depan orang banyak sejak SMP. Di sekolah ataupun di masjid kampung ada saja orang dewasa yang ingin melatih anak-anak remaja berani tampil di muka umum bicara Islam. Namun saya baru benar-benar menceburkan diri karena dua keadaan: pertama, ketika ayah

saya wafat, meninggalkan suatu majlis taklim ibu-ibu! Kedua, ketika pada suatu sanlat di SMA, guru agama saya sakit, dan saya diminta menggantikan mengisi di depan teman-teman!

Ketika saya SMA, saya bergabung dengan Pelajar Islam Indonesia (PII). Kami diminta menjadi *Organizer* (OC) dari acara "Perkampungan Kerja Pelajar" (PKP) yang diikuti peserta dari seluruh Indonesia! Wow! Ini panitianya *full* anak-anak SMA. *Steering committee*-nya (SC) masih kuliah.

Konon PKP ini adalah cikal bakal Kuliah Kerja Nyata, yang kemudian diadopsi oleh DIkti. Hanya saja, PKP ini bermuatan dakwah. Peserta ditraining bermasyarakat oleh para senior PII selama 1 minggu, lalu terjun ke masyarakat selama 2 minggu.

OC menyiapkan segala infrastruktur pendukungnya, menyiapkan desa yang mau digarap, menghubungi para tokoh masyarakat, menyiapkan perijinan ke berbagai instansi, menggalang dana, sampai menyiapkan dapur umum untuk peserta.

Karena desa yang jadi sasaran itu desa yang dapat dikatakan tertinggal, lalu pada waktu itu (tahun 1985) mobilitas kami juga terbatas (tidak banyak yang punya motor), juga saat itu nyaris tak ada telekomunikasi (belum ada handphone), maka kami ditantang untuk memiliki kaki yang kuat dan nyali yang tinggi.

Kenapa? Karena desa sasaran itu memiliki beberapa pedukuhan yang terpencar, salah satunya bahkan harus melewati kuburan, dan kami beberapa kali harus berjalan melewatinya di malam hari, bahkan kadang seorang diri!!

Pernah, saat acara di malam hari, tiba-tiba lampu mati!

Saya pun akhirnya bersepeda ke PLN terdekat untuk lapor. Ternyata persoalan teknis belaka, pikirnya sudah sabotase.

Dari berbagai kontak termasuk ke kalangan birokrasi, pada saat PKP itu Pak Bupati datang menengok dan membantu 100 sak semen untuk proyek MCK desa. Proyek-proyek kecil itu juga meliputi pengerasan jalan desa dengan batu, pemasangan selang untuk air bersih dan pengobatan massal gratis.

Beberapa minggu setelah PKP selesai, saya dikejutkan oleh berita bahwa aparat “menciduk” adik kelas saya yang di struktur OC menjabat sebagai wakil ketua. Padahal yang bersangkutan ini saat itu malah sedang *bedrest* di rumah karena kena *typhus*. Ketua OC rupanya sudah ke kota lain untuk meneruskan kuliah. Ada fitnah yang menyebutkan bahwa PKP ini adalah “rapat gelap subsversif”.

Saya yang di OC hanya sebagian jadi “seksi sibuk” dan dokumentasi, terpaksa membebaskan kawan ini dengan satu set bukti bahwa acara kami legal, ada izin resmi dari berbagai pihak terkait, bahkan disupport oleh Pak Bupati dengan semen 100 sak. Alhamdulillah, karena bukti-bukti fisik yang kuat, kawan saya dibebaskan setelah seharian diinterogasi di Kodim, atas hal yang dia memang tidak sempat melihat apa-apa.

Setelah itu, orang tua kawan ini trauma. Dia tidak boleh lagi terlibat aktivitas keislaman, bahkan Jum’at-anpun dilarang. Terpaksa saya menggunakan kiat lain.

Zaman itu, di hari Jum’at sekolah cuma sampai pukul 11. Karena di SMA saya ketua OSIS, maka tiap hari Jum’at saya membuat undangan “rapat” ke beberapa orang, sehingga

kawan ini bisa pulang ke rumah agak telat. Kalau telatnya karena rapat OSIS, orang tuanya tidak akan tanya macam-macam, walaupun sebenarnya kami rapat sangat sebentar, karena setelah itu ya Jum'atan di masjid dekat sekolah.

Konsultasi

Dakwah kadang bisa bermula dari rela mendengar. Kita sekarang hidup dalam derap teknologi telematika dan multimedia yang benar-benar membuat mendengar menjadi barang langka.

Di rumah-rumah, kini orang sibuk dengan acara TV atau gadget masing-masing. Anak-anak juga merasa terasing di rumah sendiri, ketika ayahnya sibuk nonton televisi, dan ibunya sibuk dengan sosial media.

Meski ada teknologi, manusia memerlukan ruang curhat dan orang yang bisa memberi konsultasi yang benar-benar mau fokus dan empati dengan kesulitan mereka. Oleh karena itu konsultasi bisa menjadi uslub dakwah yang luar biasa.

Ada seorang *da'i* nasional yang amat terkenal. Dulu sekali, dia sempat berprofesi sebagai tukang bakso. Dia melayani pelanggannya dengan salam, senyum, dan menyapa dengan santun, Kalau pelanggan sedang sepi, dia tidak

sungkan mengajaknya ngobrol santai. Karena perangnya ini, warung baksonya makin diminati. Tetapi makin banyak orang ke sana bukan sekedar untuk makan bakso, tetapi untuk konsultasi masalah hidupnya.

Sayang, ramainya warung bakso tidak diiringi laba yang signifikan, sehingga akhirnya warung itu pun tutup. Pedagang bakso itu adalah Abudullah Gymnastiar, atau kita kenal dengan Aa Gym. Tetapi, warung bakso itu adalah awal dia dikenal sebagai *da'i* yang khas.

Di kawasan Bogor, ada toko kelontong yang juga mencoba *uslub* ini. Di samping kasir dia sediakan bulletin Jum'at yang boleh diambil gratis bagi yang berminat. Lambat laun orang mengenalnya sebagai pedagang yang profesional, ramah dan rajin berdakwah.

Jadi, kadang-kadang ada yang belanja sekaligus konsultasi. Mereka konsultasi dari soal *aqiqah* untuk anak sampai soal pembagian harta waris, dari soal memilih calon pasangan hidup, maupun memilih calon presiden. Apa yang dikonsultasikan itu mendorong si pedagang belajar terus, agar tidak mengecewakan orang yang minta konsultasi gratis itu.

Kalau dia belum bisa menjawab, dia mengatakan begini, *"Bapak, yakini dulu bahwa Islam pasti memiliki jawaban, meski saat ini saya belum tahu. Sangat mungkin di dunia ini sudah ada ulama mujtahid yang memikirkan hal itu, tetapi ijtihadnya belum sampai di tengah kita. Atau mungkin sudah sampai, tetapi belum diterjemahkan, dan belum saya baca. Jadi Bapak, bersabar dulu ya, insya Allah saya akan terus mencarinya"*.

Tidak semua yang konsultasi mengharap jawaban yang

sempurna. Mereka merasa sudah cukup ada orang yang empati pada masalah mereka dan mau mendengar versi mereka.

Lambat laun dari yang konsultasi ini yang mulai merubah gaya hidupnya. Ada yang pelan-pelan mengikuti saran untuk menutup aurat lebih sempurna, atau lebih rajin shalat berjama'ah ke masjid. Pemilik toko ini juga menunjukkan teladan. Walau tokonya sedang ramai, kalau terdengar adzan, dia menghimbau pembelinya untuk bersegera, atau kembali lagi 15 menit kemudian setelah dia pulang dari masjid.

Konsultasi yang memberikan jawaban yang mengena di hati, akan membuat orang lebih mudah diajak ikut kajian yang lebih intensif. Setelah percaya dengan ide-ide dari organisasi yang menaungi konsultan ini, maka selanjutnya lebih mudah untuk dialihkan kepada mentor yang lain.

Dan konsultan ini akan menggarap orang-orang baru lagi. Konsultasi ideologis dengan hati.

Edukasi

Edukasi bisa menjadi uslub dakwah yang efisien, selama di situ pengemban dakwah bisa berperan sebagai sosok edukator yang bisa diandalkan oleh murid-muridnya.

Edukasi di sini tidak hanya yang berupa sekolah formal, tetapi bisa juga lembaga kursus, bimbingan belajar, atau bahkan suatu training singkat.

Isi edukasinya sendiri boleh apa saja, bisa masih terkait dengan Islam praktis (seperti training mengurus jenazah, training perhitungan waris), tetapi bisa juga tentang “dunia” seperti mengetik cepat, bahasa asing, bahkan hingga training bisnis atau memasak. Intinya ada forum yang mendekatkan pengemban dakwah dengan orang.

Tantangannya biasanya tiga:

1. Bagaimana menyelipkan pesan Islam dalam edukasi itu.
2. Bagaimana membuat tindak lanjut (*follow up*) untuk alumninya.

3. Bagaimana menjaga keberlanjutan lembaga edukasi itu sendiri.

Tantangan pertama ini adalah inti dari *uslub*. Kalau sekedar mencari peserta, sebuah training yang populer (misal soal bisnis) atau training pendidikan (untuk guru yang masih mengejar sertifikat) biasanya kebanyakan peminat. Membayar pun mereka rela. Tetapi di sini kita memerlukan para pengemban dakwah yang kreatif, sehingga banyak hal bisa diselipkan baik di dalam contoh soal, kisah dari khazanah Islam, hingga hikmah islami yang didapat para praktisi.

Misalnya ketika mengajar bahasa Inggris, kita bisa menyelipkan contoh percakapan orang di luar negeri ketika mencari Islamic Center, atau berdialog dengan calon *muallaf*. Kemudian kita bumbui dengan kisah para sahabat Nabi yang harus belajar empat bahasa asing secara estafet, agar dapat pergi ke Cina untuk merebut teknologi di sana demi kemajuan kaum muslim, dan itu terus berlangsung ketika Daulah Islam masih tegak. Kemudian juga disampaikan hikmah-hikmah yang pernah didengar ketika orang belajar bahasa apa saja.

Tindak lanjut biasanya kita tawarkan pada saat rehat. Tentu tidak semua peserta edukasi memiliki *ghirah* untuk mengkaji Islam lebih dalam, atau memiliki kesabaran yang dibutuhkan untuk menjadi calon pengemban dakwah. Namun kalau didapat satu dari tiap sepuluh orang saja, itu sudah bagus. Yang lebih *afdhol* adalah seluruh sekolah itu memang bisa didesain untuk ikut mencetak pengemban dakwah, sehingga ada sinkronisasi dengan kurikulum sekolah dan seluruh sistem sekolah.

Tetapi membuat sekolah yang seperti ini saat ini tidak mudah. Ada begitu banyak rambu yang dibuat pemerintah, yang tidak mudah dipenuhi. Kita mesti mencari guru atau dosen yang memenuhi standar baik dari sisi akreditasi pendidikan maupun dari sisi dakwah. Kalau orangnya ada, belum tentu dana untuk menggaji mereka juga ada!

Kita harus mencari tempat edukasi yang dekat dengan konsumen dan harganya terjangkau. Kita harus mencari calon siswa atau mahasiswa yang sanggup membayar, sementara belum pasti nanti lembaga itu akan terakreditasi apa.

Mungkin akan banyak juga yang mencari keringanan biaya. Jadi jauh lebih mudah menjadi tenaga edukasi cangkokan pada yang sudah mapan. Atau membuat lembaga training yang tidak terlalu ketat dalam soal akreditasi.

Yang jelas, mempertahankan eksistensi lembaga edukasi itu juga bukan perkara mudah. Bahkan trainingpun ada yang akhirnya hanya angin-anginan. Memang bila tujuannya hanya sekedar uslub dakwah, mungkin hal itu sudah tercapai.

Tetapi lebih baik lagi kalau itu menjadi instrumen yang handal sebagai tempat rekrutmen kader. Jadi tiga tantangan ini memang saling terkait.

Kompetisi

Kompetisi adalah suatu ajang unjuk kebolehan untuk menjangking yang terbaik. Ini bisa kompetisi apa saja. Lomba karya ilmiah, lomba menulis essay, lomba mengarang cerpen, lomba pidato, lomba mencipta lagu, lomba robotik, lomba memasak, lomba olahraga, musabaqah tilawatil qur'an, cerdas cermat, da'i idol, dan sebagainya.

Bahkan sejak UU Aparatur Sipil Negara diberlakukan tahun 2014 ini, jabatan eselon-1 dan eselon-2 akan dilelang atau dikompetisikan. Hal ini sudah lama dijalankan untuk jabatan beberapa komisi, seperti KPU atau KPK.

Berbagai lembaga dan media massa biasa mengadakan kompetisi setiap tahun. Ada lomba yang langsung menentukan juara. Ada yang memanggil dulu para finalis untuk presentasi. Ada pula yang sampai mengkarantina sejumlah finalis untuk berproses bersama, hingga akhirnya terpilih yang terbaik.

Kompetisi bisa pula menjadi *uslub* dakwah.

Ada dua sisi yang bisa kita pakai: sebagai peserta, atau sebagai penyelenggara.

Yang termudah adalah kita sebagai peserta. Kita jelas harus menunjukkan performance yang terbaik. Kalau kita keluar sebagai juara suatu kompetisi yang bergengsi, jelas kita memiliki posisi tawar yang tinggi pula di masyarakat.

Di dunia ini, kompetisi ilmiah sedunia yang paling bergengsi adalah hadiah Nobel. Semua pemenang Nobel sangat didengarkan oleh para politisi.

Surat dari Albert Einstein sebagai salah satu ilmuwan pemegang Nobel Fisika berhasil mempengaruhi kebijakan Presiden Amerika untuk mengembangkan senjata nuklir, agar tidak keduluan dari Jerman.

Namun Albert Einstein pula yang kemudian mengajak dunia untuk bersama-sama menahan diri dari penggunaan senjata nuklir, bahkan kalau bisa melucuti nuklir bersama-sama.

Tentu saja tidak mudah keluar dari kompetisi sebagai juara. Namun kalau kita berniat untuk dakwah di dalam arena kompetisi, maka arena kompetisi ini kita pakai untuk memperluas jejaring dakwah. Kita jadi berada dalam komunitas orang-orang hebat peserta kompetisi.

Kalau kelak dari kompetisi ini muncul tokoh-tokoh berpengaruh di masyarakat, setidaknya kita bisa mengakses mereka karena pernah kenal sebagai peserta kompetisi yang sama.

Cara lain adalah sebagai penyelenggara. Di sini kita yang akan menentukan bentuk penjurian, kriteria maupun setting

lomba keseluruhan. Kita bisa membuat lomba cerdas-cermat atau menulis essay yang mengajak orang untuk berpikir secara islam-ideologis. Kita bisa membuat lomba mengarang cerpen agar makin banyak cerita-cerita islam-inspiratif di masyarakat.

Bahkan sebuah lomba olahraga atau lomba memasak bisa pula dijadikan uslub dakwah kalau di dalamnya sekalian diberi penyuluhan tentang jenis dan tatacara olahraga yang islami, atau tentang makanan yang *halalan thoyyiban* beserta sejarah kuliner dalam Islam.

Demikian juga lomba karya ilmiah atau lomba robotik bisa dikemas agar para peserta atau finalis berpikir lebih dari sekedar dimensi ilmiah, tetapi juga dimensi Islam, sehingga sepulang dari arena kompetisi akan membawa oleh-oleh banyak inspirasi iptek dari islam, dan ber-*azzam* untuk mengamalkan ipteknya demi kemuliaan Islam dan kaum muslimin, dalam kerangka penegakan syari'ah dan khilafah.

Ayo siapa mau memulai menjadi penyelenggara kompetisi Islami seperti ini?

Rekreasi

Banyak orang sulit menghubungkan rekreasi dengan dakwah. Ini seakan-akan dua dunia yang bertolakbelakang. Rekreasi terkesan sebagai kegiatan bersenang-senang, bahkan cenderung melupakan Tuhan, sedang dakwah adalah aktivitas untuk mengajak orang ingat Tuhan, ingat kematian, ingat hidup untuk menyiapkan diri pada kematian sebelum bertemu Tuhan.

Karena itulah kemudian, arena dakwah cenderung sepi, jauh berbeda dengan arena rekreasi. Tetapi ini sebenarnya tidak harus selalu demikian.

Allah memang memberi setiap manusia beberapa naluri, antara lain naluri ingin bersenang-senang yang termasuk bagian dari *gharizah baqa'* (naluri ingin merasa diri ini berharga). Pertanyaannya tinggal, bagaimana cara memenuhi naluri itu? Apakah sudah sesuai dengan yang dikehendaki Allah atau belum?

Sebenarnya rekreasi justru bisa dilakukan sebagai

uslub dakwah. Pada kondisi senang, orang lebih mudah (tanpa resistensi) menerima sebuah pesan. Begitulah teori dalam ilmu psikologi. Setidaknya ada tiga cara yang terpikirkan saat ini:

1. Wisata Dakwah / Spiritual

Ini adalah *uslub* yang paling “terang-terangan”, yakni acara wisata bertema dakwah dan spiritual. Biasanya, ini berbentuk kunjungan ke lokasi yang dianggap memiliki nilai dakwah, semisal ke suatu pesantren yang asri, atau ke situs-situs yang memiliki nilai sejarah Islam, baik yang dekat di dalam negeri atau di luar negeri (misalnya Umrah + Istanbul yang disertai penghayatan ideologis).

Namun demikian, sebenarnya wisata spiritual yang sesungguhnya bisa pula dilakukan dengan menjenguk orang-orang miskin yang sakit parah di rumah sakit, sehingga peserta jadi ingat, betapa Allah sungguh sangat menyayangi kita, serta juga kita terdorong untuk berbuat sesuatu bagi mereka, baik secara mikro maupun makro.

2. Wide Game Dakwah

Ini *uslub* yang mesti dipikirkan secara kreatif. Suatu acara yang dilakukan di alam terbuka, di mana peserta bisa berpartisipasi atau bermain peran, dan acara itu tetap memiliki muatan dakwah, baik dari sisi kemasannya, maupun isi / kontennya. Kemasannya dirancang islami dalam bentuk pengaturan antara peserta putra dan putri sehingga tidak terjadi ikhtilat. Sedang isinya dihubungkan dengan berbagai ajaran Islam tentang pengaturan lingkungan, hubungan antar warga masyarakat hingga tanggungjawab negara pada masyarakat.

Saya membayangkan sejenis permainan mencari jejak ala Pramuka, tetapi dengan konten yang telah dimodifikasi islami, atau juga permainan paintball, tetapi sudah dengan muatan dakwah dan jihad.

3. In Door Rekreasi Dakwah

Ini *uslub* rekreasi dakwah di dalam ruangan (*in-door*). Seperti di *wide-game* dakwah, di sini perlu dikembangkan berbagai jenis permainan yang bisa dilakukan di dalam ruang. Ada banyak sekali jenis permainan yang bisa kita modifikasi.

Saat ini untuk permainan sejenis ular-tangga sudah bermunculan versi Islam-nya. Namun untuk monopoli, sepertinya belum banyak alternatifnya. Saya membayangkan ada suatu *iqtishady-game* yang dapat mengajari orang berbagai jenis *mua'amalah* dan *syirkah syar'i*, dan meraih sekaligus empat nilai yaitu nilai *madiyah* (materi), *ahlaqiyah* (emosional), *insaniyah* (sosial) dan *ruhiyah* (spiritual). Permainan itu bisa dibuat kecil untuk dimainkan sampai empat orang saja, bisa pula dibuat massal sehingga banyak orang bisa terlibat.

Untuk tempat rekreasi yang sudah ada sekarang, kalau kita memiliki akses pada manajemennya, bisa saja diubah sehingga memiliki nilai dakwah. Ini bisa dimulai dari penyediaan sarana mushola yang lebih merata dan layak ukurannya, dari informasi bermuatan dakwah yang dipasang lebih banyak, dan dari pengaturan pengunjung agar tetap berperilaku *syar'i*.

Sekarang, ayo coba Anda jawab tantangan berikut:
"Andaikata pihak manajemen yang meminta, bagaimana

cara menjadikan tempat rekreasi Dunia Fantasi atau Taman Safari menjadi uslub dakwah?”.

Pusat Informasi

Suatu pusat informasi bisa dijadikan uslub dakwah. Yang dimaksud adalah pusat informasi baik secara fisik maupun maya.

Pusat informasi fisik biasa terdapat di mall, hotel, bandara, stasiun atau fasilitas publik lainnya. Setiap kantor biasanya memiliki pusat informasi yang bersifat fisik. Kadang jadi satu dengan resepsionis. Semua tamu yang masih perlu orientasi, akan butuh bertanya ke pusat informasi.

Di situ orang biasanya mengambil brosur apa saja, termasuk peta kota atau informasi wisata setempat. Kadang orang mengambil lebih, kemudian setelah disortir, sebagian besar mendarat di tempat sampah.

Bila petugas informasi dapat dikondisikan dengan dakwah, maka selanjutnya dakwah bisa ikut *dititipkan* di pusat informasi. Bahkan dakwah bisa dikemas dalam muatan yang informatif, yang *dibuang sayang*, misalnya dicetak jadi satu dengan peta kota atau alamat-alamat dan

nomor telepon penting.

Pusat informasi jenis kedua adalah yang maya, yaitu melalui situs/portal internet. Portal ini boleh saja bukan portal khusus keislaman, yang penting ramai dan hit-nya tinggi, semisal portal untuk mencari mobil bekas atau portal untuk booking hotel. Pada saat menunggu respon di internet, boleh jadi pengguna tertarik sambil meng-klik ikon di samping yang berisi link ke suatu artikel dakwah.

Adapun portal yang fokus dakwah/keislaman ini sekarang sudah jauh lebih banyak. Hanya saja, perlu ada pengemasan yang lebih sistematis, sehingga memudahkan orang mencarinya, membacanya, atau mengunduhnya dalam format yang enak dicetak untuk dibawa-bawa atau dibaca offline.

Selanjutnya yang dibutuhkan di pusat informasi maya adalah interaktivitas dan update yang terus menerus, walaupun tentu banyak informasi lama yang tetap bermanfaat.

Donasi

Dakwah di manapun pasti terkait dengan donasi.

Setidaknya donasi dari diri pribadi pengemban dakwah itu sendiri, yaitu untuk ongkos transportnya, ongkos ruangan (setidaknya dana kebersihan bila meminjam ruang milik suatu instansi), kadang juga masih menyediakan snack-nya dan membagi foto copy material dakwahnya.

Jadi, pahala pengemban dakwah itu berlipat-lipat. Ya tenaga, pikiran, waktu, eh juga tempat dan dana.

Namun dakwah akan lebih sehat dan berkelanjutan jika beban itu bisa dibagi-bagi. Termasuk soal dana.

Persoalan donasi itu menyangkut bagaimana mengumpulkannya (*fund-raising*), mengelolanya, dan menyalurkannya.

Untuk mengumpulkan dana, pengalaman menunjukkan bahwa ternyata dana lebih dikumpulkan kalau ada 3 syarat:

1. Donatur diketuk *aqliyah*-nya (sehingga *roadmap* dakwah itu baginya masuk akal) dan *nafsiyah*-nya (berharap bahwa Allah membalasnya dengan ampunan, kesehatan, dihindarkan dari marabahaya, dan doa yang *mustajab*).
2. Donatur diberi gambaran yang transparan tentang kebutuhan dakwah, bahwa itu harus ditanggung sendiri oleh kita yang sadar, karena dakwah perlu independensi.
3. Donatur diberi kesempatan untuk tidak membatasi donasinya karena saling melihat donasi orang lain. Oleh sebab itu, komitmen donatur bisa dibuat rahasia, dan dia menyerahkan donasinya dalam amplop tertutup. Selain mencegah *riya'*, *uslub* ini justru membuat donatur rela menyumbang dalam jumlah yang lebih besar, karena dia tidak perlu mengukur dengan donasi orang lain.

Sedang pengelolaan donasi memerlukan orang yang rapi, disiplin melakukan pembukuan, dan amanah menjaga dana ini. Dana donasi dakwah harus dipandang sebagai harta anak yatim yang memerlukan pengelolaan sangat *prudent*.

Sebaiknya, dana ini dipegang oleh orang lain, bukan penanggungjawab dakwah setempat, supaya fokus dan setidaknya lebih transparan, karena minimal jadi ada dua orang yang tahu kondisi donasi. Kebocoran bisa saja terjadi, manakala pengelola donasi mencampuradukkan donasi ini dengan keperluan pribadi (misalnya ingin tambah modal usaha), atau terlalu mengikuti perasaan *trenyuh*, misal ketika melihat ada orang atau anggota yang kesusahan, lalu terpancing untuk memberikan talangan atau bantuan dari dana donasi.

Seharusnya, donasi benar-benar untuk tujuan dakwah, bukan untuk bantuan sosial, kecuali terkait langsung dengan

urusan dakwah. Artinya, bila suatu saat ada bencana atau ada yang memerlukan biaya medis yang cukup besar, maka perlu *fund-raising* ekstra yang bersifat temporer.

Adapun penyaluran donasi, dalam dakwah harus dibagi dalam tiga jenis:

1. Agenda yang telah direncanakan sebagai kegiatan tahunan.
2. Agenda yang muncul mendadak di luar rencana kegiatan tahunan.
3. Dana taktis untuk mengatasi persoalan yang perlu penanganan cepat (misal tiba-tiba proyektor LCD yang ada mesti segera ganti lampu).

Alokasinya sendiri tidak harus *rigid*, artinya boleh saja digeser ke peruntukan lainnya, namun yang namanya perencanaan tetap harus dilakukan, walaupun nantinya akan ada evaluasi.

Lokasi

Bila kita berdakwah, maka lokasi sering menentukan. Sayangnya lokasi ini sangat individual.

Maksudnya begini, detik-detik hidayah turun, itu sebenarnya bisa di mana saja, tidak tergantung lokasi. Tetapi kita tetap berikhtiar memilih lokasi yang paling memungkinkan orang datang untuk mendapatkan hidayah.

Yang paling sering, orang berdakwah di masjid. Tetapi, bukankah yang datang ke masjid itu memang orang yang sudah relatif baik? Bukankah dakwah seharusnya mampu mendatangkan orang yang belum ke masjid? Kalau begitu, jadikan dakwah di masjid itu dakwah untuk meningkatkan kualitas kebaikan hadirin. Kalau sebelumnya dia memang sudah orang baik (saleh individual), jadikan mereka orang yang lebih baik dan memperbaiki (saleh sosial).

Dakwah bisa juga diadakan di rumah. Tapi kalau rumah-rumah orang sekarang type RSS, memang audiens jadi terbatas. Jadi kalau di rumah, ya pikirkan dulu jumlah yang

diundang. Kecuali kalau rumah itu rumah mewah yang cukup besar. Biasanya kalau di rumah begitu lebih terasa suasana silaturahmi, dan waktu tausiyah jadi pendek. Biasanya juga tidak bisa leluasa menggunakan multimedia atau teatrikal panggung.

Dakwah bisa juga diadakan di kantor, baik kantor itu memiliki mushola, ruang aula ataupun tidak. Saya pernah diberi waktu memberi tausiyah di ruang besar tempat para karyawan bekerja. Karyawan mulai bekerja pukul 9. Saya diberi waktu dari pukul 8. Memang lumayan, tetapi sebagian karyawan mendengarkan sambil persiapan kerja atau *manasin* komputer. Kalau di mushola, biasanya pas jam istirahat. Banyak karyawan yang datang ke mushola untuk rehat sejenak. Mungkin bagus juga kalau kita sekalian praktek dakwah dengan hipnoterapi, karena posisi mental audiens banyak dalam gelombang *theta* (setengah tidur)

Dakwah bisa juga di jalanan, baik sengaja dengan demonstrasi unjuk rasa (*masyirah*), maupun sekedar memanfaatkan kerumunan yang sudah ada (misalnya di antrian SPBU menjelang kenaikan harga BBM). Yang jelas, di tempat seperti itu, kalau mau efektif, *sound system* mesti bagus, agar apa yang diucapkan benar-benar terdengar.

Perlu juga orator yang suaranya enak, dan pilihan katanya memang menyentuh. Sekedar orator yang bisa membangkitkan amarah (agitator), kadang-kadang tidak selalu pas.

Dan harus diingat, orang yang mendengar tausiyah itu hanya punya waktu beberapa menit saja, jadi ya jangan panjang-panjang. Setelah itu, tausiyah diulang lagi. Demikianlah, bisa beberapa puluh kali.

Namun yang sering terjadi, dakwah disetting pada lokasi tertentu yang dianggap strategis, representatif dan berkelas. Bisa masjid terbesar di kota, aula terbesar di kampus, atau bahkan di stadion. Dengan demikian diharapkan, sejumlah kalangan elit yang dijadikan sasaran akan berkenan hadir. Setidaknya, mereka merasa “pantas” datang ke tempat itu. Setidaknya di sana juga aksesnya gampang dan tempat parkirnya luas.

Kepastian tempat ini bahkan lebih penting dari kepastian calon pembicara. Meski demikian, ijin tempat ini bisa berubah seketika, bahkan sekalipun tempat itu didapatkan secara komersial (membayar). Hal ini karena, pengelola itu tidak hanya berhubungan dengan para pengemban dakwah.

Boleh jadi, ada pelanggan dia yang lebih kakap, yang kurang suka dengan pengemban dakwah. Apa artinya kita membayar sewa tempat Rp. 50 juta, jika dengan itu dia kehilangan pelanggan yang membayar Rp 50 juta juga tetapi setahun 10 kali event ?

Output dari event di berbagai lokasi itu tidak selalu berbanding lurus dengan besarnya lokasi, besarnya jumlah peserta dan besarnya biaya. Bahkan untuk opinipun tidak. Wartawan biasanya hanya mengutip sisi yang *making news*. Dan itu tidak selalu linier dengan lokasi, walaupun ada lokasi-lokasi yang setidaknya lebih menarik wartawan untuk datang.

Eksibisi

Dakwah itu artinya menyeru. Dan untuk dapat menyeru, harus ada pertemuan antara pengemban dakwah dengan yang didakwahi.

Seperti juga di bidang perdagangan, salah satu tempat bertemu yang efisien itu adalah arena pameran atau eksibisi. Di situ sejumlah orang bisa melihat sekaligus sejumlah pedagang. Kalau harus keliling ke semuanya, tentu makan banyak waktu, tenaga dan biaya.

Setiap tahun, di setiap daerah selalu ada minimal satu forum eksibisi. Dulu biasanya ini menjelang 17 Agustus (hari kemerdekaan). Sekarang ada juga menjelang hari ulang tahun daerah. HUT Daerah ini ada yang dicari dari sejarah (sehingga Kota Magelang itu sudah berdiri tahun 907), atau hanya dari peresmian sebagai daerah otonom (sehingga Kota Depok baru berdiri tahun 1999).

Intinya, itu jadi alasan daerah itu bikin pameran pembangunan, di mana semua komponen masyarakat,

apakah petani, industri, pedagang, dunia pendidikan, bahkan ormas diundang berperan serta.

Kesempatan ikut exhibisi juga ada di berbagai event lainnya, semisal event Musabaqah Tilawatil Qur'an, event PON, event Olympiade Sains Nasional, dan sebagainya.

Kalau kita terlibat dalam exhibisi ini, maka kita bisa menampilkan foto-foto kegiatan, VCD, dan buku-buku terbitan (ini sebaiknya bekerjasama dengan penerbitnya, sehingga buku yang dipamerkan juga bisa dibeli oleh yang tertarik), juga ada tempat untuk konsultasi. Boleh juga, pada hari dan jam tertentu dilakukan talkshow kecil lengkap dengan doorprize bagi yang hadir.

Setiap pengunjung yang singgah bisa diberi souvenir sederhana (misal sticker ideologis atau miniatur bendera Rasulullah), atau juga berbagai brosur, leaflet maupun terbitan yang ada (yang barangkali selama ini tersisa). Pengunjung diminta memasukkan kartu nama atau mengisi buku tamu untuk dapat dihubungi lagi. Atau setelah mereka berdialog atau menyaksikan VCD, mereka bisa diminta mengisi kuesioner untuk dapat ditindaklanjuti.

Yang jelas, untuk menjaga exhibisi yang bisa berlangsung beberapa hari ini, perlu ada pembagian kerja dalam jama'ah dakwah. Dan yang lebih penting lagi adalah follow up dari acara ini. Seminggu eksibisi bisa menjaring ribuan calon kontak baru. Mereka menunggu untuk didakwahi yang lebih intensif. Tinggal menunggu kesiapan para pengemban dakwah untuk *follow up*, agar partisipasi dalam exhibisi yang juga memerlukan biaya ini (yang pasti bersaing dengan event akbar di gedung megah), tidak sia-sia.

Diskusi

....

Maka bila melihat negeri dikuasai para bedebah

Usirlah mereka dengan revolusi

Bila tak mampu dengan revolusi, dengan demonstrasi

Bila tak mampu dengan demonstrasi, dengan diskusi

Tapi itulah selemah-lemahnya iman perjuangan

Negeri Para Bedebah (Adhie Massardi)

Bait di atas adalah penggalan puisi Adhi Massardi. Diskusi disebut sebagai selemah-lemah “iman perjuangan”. Ya diskusi memang tidak langsung akan merubah sesuatu. Tetapi, kadang dari diskusilah pemikiran seseorang akan berangsur-angsur berubah. Dan setelah puluhan, ratusan atau ribuan kali diskusi, maka dari seseorang akan menjadi ribuan atau jutaan orang, dari orang yang sekedar ingin berubah, menjadi orang-orang yang tahu jelas ke arah mana

perubahan dilakukan, dan apa saja yang harus diubah agar Allah mengubah keadaan mereka.

Jadi, jangan sepelekan diskusi. Apalagi diskusi adalah uslub dakwah yang disebut dalam al-Qur'an. Bahkan Allah menggunakan kata *jidal* (perdebatan). Tetapi perdebatan yang baik —bukan debat kusir— melainkan debat dengan data dan dalil *syar'i*.

"Serulah (manusia) kepada jalan *Rabb*-mu dengan hikmah (*hujjah*) dan cara penyampaian yang baik dan debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya *Rabb*-mu, Dia-lah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Qs. 16 an-Nahl:125)

Sebagai *uslub* dakwah, diskusi tidak perlu dijelaskan lagi. Yang perlu ditingkatkan mutunya hanya bagaimana setting sebuah diskusi.

Diskusi biasanya akan menarik, kalau setidaknya ada 2 faktor penentu, yaitu:

1. Tema yang kontroversial.
2. Salah satu tokoh pembicara yang terkenal atau kontroversial.

Di luar dua faktor ini, diskusi sulit menghadirkan animo, sekalipun dilakukan di tempat yang berkelas atau mewah.

Oleh karena itu, diskusi sulit menghadirkan peserta kalau temanya dianggap terlalu remeh temeh (semisal tentang tata cara sholat Rasulullah), atau terlalu tinggi (semisal perubahan sistem secara ideologis). Tetapi untuk tema-tema parsial yang praktis semisal **Kapan memulai**

dan mengakhiri Ramadhan - tinjauan sains, syari'ah dan siyasah pada saat ada dualisme, atau **Menyorot pandangan Islam capres 2014** jelang pemilu, maka biasanya akan jauh lebih ramai, sekalipun tanpa mobilisasi. Apalagi kalau berhasil mendatangkan para capres itu sendiri.

Jadi, tema tertulisnya lebih baik yang mengundang animo. Adapun bila di dalamnya akan dibuat *closing-statement* tentang penegakan *syari'ah* dan khilafah (yang lebih ideologis) itu pintar-pintar panitia atau narasumber saja.

Yang jelas, *uslub* diskusi juga tidak boleh terlalu monoton atau menggurui. Ini biasanya terjadi kalau diskusi hanya menghadirkan pembicara dari satu kubu. Jadi memang harus dibuat ada *jidal* (perdebatan) di panggung. Untuk itu, yang dihadirkan memang harus terukur, jangan sampai jagoan panitia malah kalah secara intelektual sehingga tampak dipermalukan.

Andaipun jagoan panitia lebih unggul, tidak baik juga memermalukan lawan bicara, bahkan sekalipun mereka ini non muslim. Justru kita dalam dakwah harus menarik simpati mereka, agar mereka akhirnya memeluk aqidah Islam atau setidaknya tidak memusuhi dakwah.

Saya teringat, beberapa tahun yang lalu, acara diskusi Halaqah Islam & Peradaban (HIP) bertema Kasus Century, kami mengundang Maruarar Sirait (Bung Ara) dari PDIP sebagai penggagas Pansus Century di DPR. Dia kita perlakukan dengan baik. Di akhir acara dia berterima kasih dan akan lapor kepada Ibu Megawati, bahwa di forum HTI dia dihargai. Jadi di sinilah, diskusi bisa menjadi cara dakwah tidak hanya dari sisi-sisi konten diskusi, tetapi juga dari

kemasannya.

Oleh karena itu, diskusi lebih cocok untuk komunitas intelektual. Oleh karena itu, komentar yang tidak nyambung, juga takbir yang tidak pada saat yang tepat, sebaiknya dihindari.

Biarlah, para peserta menggunakan akal sehatnya. Boleh jadi pada saat diskusi mereka kontra dengan pendapat narasumber. Namun insya Allah, hati mereka akan gelisah, sehingga pulang dari diskusi, mereka akan terus mencari.

Betapa banyak, orang yang menemukan Islam, justru pada saat mereka mencari argumentasi untuk menolak Islam. Kalau Allah sudah memberi petunjuk, tidak ada yang akan bisa menghalangi.

Selamat berdiskusi.

Demonstrasi

....

Maka bila melihat negeri dikuasai para bedebah

Usirlah mereka dengan revolusi

Bila tak mampu dengan revolusi, dengan demonstrasi

Bila tak mampu dengan demonstrasi, dengan diskusi

Tapi itulah selemah-lemahnya iman perjuangan

Negeri Para Bedebah (Adhie Massardi)

Level demonstrasi, dalam puisi Adhi Massardi, terletak antara revolusi dan diskusi. Tapi demonstrasi itu ada dua macam:

1. Demonstrasi untuk memaksa.
2. Demonstrasi untuk unjuk rasa.

Demonstrasi memaksa adalah metode yang lazim dipakai kalangan sosialis, yang sekarang ini diadopsi antara

lain oleh kelompok buruh, yang misalnya ingin memaksa kenaikan gaji atau pemberian THR dengan demonstrasi sampai memacetkan jalan. Biasanya, kalau perusahaan tidak sanggup memenuhi tuntutan itu, yang terjadi malah perusahaan gulung tikar, atau pindah ke Vietnam, dan seluruh buruh, baik yang ikut demonstrasi maupun tidak, malah jadi pengangguran.

Sedang demonstrasi tipe kedua sekedar untuk menunjukkan bahwa di masyarakat ada yang punya ide atau pendapat berbeda, terutama dengan penguasa. Bahwa di masyarakat tidak semuanya diam pasrah pada kebijakan penguasa yang boleh jadi tidak tepat atau bahkan dapat dianggap *dzalim*. Semisal penguasa menaikkan harga BBM —meski disetujui secara aklamasi oleh seluruh partai di DPR. Atau penguasa diam saja terhadap kejahatan kemanusiaan di Palestina, hanya karena itu di luar negeri, dan di dalam negeri konon masih banyak yang harus lebih diperhatikan.

Sebagai *uslub* dakwah, Rasulullah pernah melakukan unjuk rasa di depan ka'bah. Waktu itu, kaum muslim berbaris dalam dua deretan, masing-masing dipimpin oleh Umar bin Khattab dan Hamzah bin Abdul Mutholib. Mereka tidak hendak mengajak berantem *head-to-head* dengan kafir Quraisy, tetapi sekedar menunjukkan eksistensi, bahwa ada gerakan yang mengajak kepada tauhid, yang tidak setuju dengan aqidah atau ideologi yang *mainstream* di masyarakat.

Demonstrasi ini tentu saja hanya seefektif orang-orang yang ditemuinya, dan dalam kondisi apa mereka ditemui. Jadi, kadang ada orang yang memang terganggu dengan

sedikit kemacetan selama demonstrasi. Orang itu mungkin pada awalnya akan nyinyir dan bahkan bertanya sambil mengejek, “Kalian demo begini dibayar berapa?”. Tetapi kalau jawabannya tepat, tidak mustahil penanya tadi jadi berpikir, dan belakangan akan ikut demonstrasi, tanpa dibayar! Itu faktanya sudah terjadi berkali-kali.

Demonstrasi memang tidak mungkin menyampaikan seluruh pemikiran. Oleh karena itu, peserta demonstrasi sebaiknya juga membagikan brosur, tentang:

1. Demonstrasi itu menuntut apa.
2. Mengapa perlu demonstrasi
3. Siapa mereka dan bagaimana menghubungi lebih lanjut.

Insya Allah orang-orang yang mendapat leaflet tersebut, akan terbuka hatinya, terus menghubungi, dilanjut dengan diskusi, dan akhirnya ikut ngaji.

Dari segi teknis, demonstrasi perlu juga dibuat *entertaint* (menghibur). Ini bisa dilakukan manakala kemampuan dan kualitas sound system yang digunakan diperhitungkan dengan baik, agar baik peserta maupun penonton (*audiens*) dapat mendengar dengan jelas, termasuk selama dalam perjalanan. Sayangnya, saat ini belum ada teknologi sound system yang dapat menjangkau barisan yang cukup panjang.

Kebersihan dan kerapian barisan (agar tidak disusupi perusuh) juga perlu diperhitungkan. Penggunaan seragam atau atribut kadang diperlukan. Pengaturan lokasi parkir kendaraan dan lokasi sholat (berikut toilet & wudhu) bagi peserta juga harus diperhitungkan. Karena itu koordinasi dengan aparat kepolisian mutlak harus dilakukan. Andaikata

audiens tidak punya cukup waktu untuk mendengar orasi dalam demonstrasi, setidaknya anggota kepolisian yang mengawal demonstrasi mendapat waktu yang cukup untuk mendengarnya.

Suatu hari nanti, boleh jadi merekalah bagian dari *ahlun nushroh* yang menjadikan dakwah sampai pada titik keberhasilannya.

Korespondensi

Anak-anak yang tumbuh di zaman SMS, BBM, mailing-list dan social-media sering sulit membayangkan zaman ketika korespondensi masih dilakukan dengan surat, dan sulit juga membayangkan bahwa korespondensi bisa dilakukan untuk uslub dakwah.

Padahal intinya sama saja. Adalah berbeda menulis untuk konsumsi public di BBM group, milis dan socmed dengan menulis secara personal untuk seseorang.

Saya pernah mengenal seorang aktivis LSM. Namanya mungkin belum menjadi selebriti nasional. Tetapi di dunia LSM dia telah malang melintang. Berbagai dana dari dunia internasional didapatkannya dari dan untuk aktivitasnya itu. Ketika suatu hari dia mampir ke kamar saya di Vienna dulu, dia seharian meminjam komputer untuk menulis surat. Bukan sembarang surat. Tetapi surat untuk banyak tokoh (termasuk tokoh dunia) yang dia pernah kenal secara pribadi. Jumlahnya hampir 80 pucuk! Di surat-suratnya itu dia melaporkan perkembangan aktivitasnya, dan bahwa

untuk aktivitasnya itu dia sedang berada di Austria. Dapat ditebak, semua tokoh yang dikirim surat itu akan *tersanjung*, bahwa sang aktivis LSM tetap mengingat dia ketika sedang berada di luar negeri, dan bahwa bantuannya selama ini benar-benar termanfaatkan, bahkan sampai *go-international*. Dengan demikian hubungan terus terjaga.

Waktu itu tahun 1991, belum zaman internet. Setiap surat harus dikirim via pos. Namun itu justru sekaligus menjadi bukti otentik, bahwa surat itu dikirim di suatu negeri yang sedang disinggahi oleh sang aktivis. Itulah korespondensi.

Korespondensi harus dijaga ke semua orang yang pernah menjadi sasaran kontak dakwah. Sekarang ada media elektronik yang lebih murah. Tetapi tidak dapat disangkal bahwa surat (cetak) tetap lebih bersifat personal, apalagi kalau sempat ditulis pakai tangan, huh! Bisa jadi dokumen sejarah!

Kalau menggunakan jalur elektronik, dapat diprediksi bahwa seorang tokoh, apalagi public-figure, akan kebanjiran sms atau email tatkala dia menghadapi moment tertentu (semisal ulang tahun, lulus ujian Doktor, dilantik sebagai pejabat). Oleh karena itu, mengirim surat secara personal dalam bentuk hardcopy jelas memiliki efek diferensiasi tersendiri.

Namun demikian, kalau diniatkan diskusi, korespondensi secara elektronik via email atau Facebook jelas saat ini lebih diminati. Orang lebih mudah memilih mana frasa kalimat yang akan ditanggapi. Orang juga merasa respon akan lebih cepat, dan semuanya jauh lebih murah.

Korespondensi seperti ini jelas berbeda dengan berbalas

sms atau status singkat di BBM-groups, Facebook, atau Twitter. Korespondensi memerlukan fokus, kadang kita bahkan sampai perlu membuka-buka kembali referensi. Dan ingat, sebagian besar referensi bermutu masih tersimpan di buku-buku perpustakaan, tidak semua telah ada di internet, dan tidak semua yang telah ada di internet dapat ditemukan dengan Google.

Korespondensi yang intensif bahkan bisa dilakukan dengan orang yang baru ditemui di dunia maya, belum pernah bertemu fisik. Dan suatu saat kita ada kesempatan bertemu fisik, kita merasa seakan-akan sudah menjadi sahabat lama. Namun semuanya ini tentu saja harus dibangun dari identitas yang asli (bukan *fake/fictitious-name*), dan diskusi yang berisi dan santun.

Kalau yang terjadi sebaliknya, orang justru merasa tidak dihargai (karena cuma ditanggapi dengan *fake-identity*), atau orang merasa tidak mendapatkan apa-apa (karena kebanyakan caci maki yang membuat gagal fokus). Karena itu, gunakan korespondensi dakwah dengan tepat dan bijak, seakan-akan kita bertemu langsung secara fisik.

Standardisasi

Manusia di muka bumi ini semakin ter-*interkoneksi*. Kalau dulu sebuah negeri bisa hidup hanya dengan produk di negerinya, atau istilahnya *independen*, sekarang cara seperti itu malah dapat dianggap tidak efisien.

Sekarang yang menjadi tren adalah hidup berdampingan dengan masing-masing memiliki keunggulan yang saling memerlukan, atau istilah *interdependen*.

Di era interdependensi ini, semua produk, baik produk fisik maupun produk pikiran, diharapkan memiliki standar tertentu. Tujuannya, agar ketika kita menyebut jenis produk itu, level kematangannya, ataupun statusnya, ada definisi yang disepakati bersama. Kalau bisa bahkan kesepakatan itu berlaku global.

Di tingkat dunia muncullah ISO. Suatu benda, misalnya helm atau air kemasan yang dinyatakan memenuhi standar ISO tertentu, maka di manapun di dunia ini akan sama, siapapun yang menghasilkannya.

Ide standardisasi ini bisa menjadi uslub dakwah. Selama ini kita menghadapi kondisi yang membuat gamang. Di satu sisi, para pengemban dakwah menyerukan penerapan *syari'ah*, bahkan dalam bingkai Daulah Khilafah.

Tetapi di sisi lain, kapitalis global menyambutnya dengan produk-produk berlabel *syari'ah*, dengan tingkat kepedulian akan kesesuaiannya dengan *syari'ah* yang berbeda-beda.

Di situlah, standardisasi bisa menjadi uslub dakwah. Standardisasi *syari'ah* bahkan bisa menjadi alat ukur yang valid, sudah sejauh manakah keberhasilan dakwah penerapan *syari'ah* itu?

Kita bisa memulai dari hal-hal yang sudah lazim, misalnya: pembiayaan *syari'ah* (yang ada di perbankan *syari'ah*). Apa kriteria bahwa transaksi itu disebut *syari'ah*? Bahwa di kalangan *fuqoha* bisa jadi masih ada beberapa perbedaan pendapat, itu wajar.

Solusinya adalah, standar *syari'ah* tadi diberi level atau kelas. Semisal pembiayaan *syari'ah* kelas A itu bila memenuhi 9-10 kriteria, sementara yang kelas B itu yang baru memenuhi 7-8 kriteria, dan kelas C yang baru memenuhi 6 kriteria atau kurang. Namun tentu saja ada kriteria yang paling wajib, yang mutlak harus dipenuhi, yakni yang disepakati (*ijma'*) seluruh *fuqoha*, misalnya tidak boleh ada riba, *maisir* dan *ghassab*.

Hal yang sama bisa diterapkan pada hotel *syari'ah*, atau restoran *syari'ah*. Tentu saja, standardisasi ini harus disertai dengan sosialisasi dan bimbingan, supaya orang jelas, bagaimana meraih standar kelas yang paling tinggi. Di situlah bisa dijadikan uslub dakwah.

Tentu saja, pada awalnya standardisasi ini akan menuai pro-kontra. Mirip seperti dulu ketika dunia perguruan tinggi akan distandardisasi dengan akreditasi. Perguruan tinggi tua seperti UI merasa aneh mengapa dirinya perlu diakreditasi lagi? Padahal, di tingkat program studi, tingkat kepatuhan pada standar ini boleh jadi berbeda-beda.

Demikian juga dengan entitas *syari'ah* tadi. Kalau tidak ada standar yang jelas dan terukur, terlalu mudah semua mengklaim telah *syari'ah*. Asal tahu saja, entitas yang lekat dengan agama saja, boleh jadi tidak lulus standar *syari'ah* ini. Contoh: masjid. Mungkin sepintas orang heran: mana ada masjid tidak *syari'ah*? Ada!

Contohnya: lihatlah bagaimana toiletnya? Apakah pintu kamar mandinya bisa dikunci? Atau adakah tempat wudhu perempuan tertutup sehingga aurat mereka tidak terlihat dari luar? Bagaimana dengan takmirnya, apakah takmirnya didominasi satu kelompok saja? Bagaimana pembangunannya, apakah ada dana yang didapat dari mengemis di jalanan atau disumbang oleh mereka yang terindikasi mendapatkan hartanya secara illegal? Apakah tema-tema Islam yang tabu dibicarakan di masjid itu? Dan seterusnya.

Jadi tidak perlu khawatir. Standardisasi hanyalah *uslub* dakwah, bukan sarana untuk penghakiman. Standardisasi juga hanya alat agar kita memperbaiki diri, bukan alat untuk menjatuhkan hukuman.

Souvenir

Souvenir pun bisa menjadi uslub dakwah, asal dikerjakan dengan cantik.

Souvenir harus sebuah benda yang bisa memberi pesan dan kesan serta memiliki daya tahan selama waktu tertentu. Tidak ada batasan berapa lama, tapi angka sebulan mungkin masuk akal, agar pesan itu sudah tersampaikan.

Di beberapa acara, seperti seminar atau kunjungan, souvenir sering menjadi benda wajib. Namun souvenir ini belum digarap serius, masih terkesan asal-asalan, sehingga dapat ditebak, oleh penerima souvenir, benda itu paling hanya akan disimpan di dalam kotak, karena kurang sexy untuk dipajang.

Ragam souvenir sangat banyak. Kalau kita mulai asesoris yang melekat pada tubuh manusia, maka souvenir bisa bertentuk: topi/kerudung, surban/syal, baju koko/batik/ tshirt (dewasa, anak), sarung (dewasa, anak), dan sandal/ sepatu.

Kemudian jaket / jas hujan, payung, tas, dompet, jam tangan, ikat pinggang. Kemudian alat-alat rumah tangga seperti mug / gelas, piring, wadah lilin, stoples, tempat minum, tempat makanan, alas gelas, dan tempat tissu.

Kemudian toileteries: tempat sabun, cermin toilet, tempat tissu toilet, tempat deodorant toilet. Asesoris di dalam mobil: pelindung terik matahari, tempat tissu mobil, dan sebagainya.

Yang paling murah ada juga, semisal sticker atau gantungan kunci.

Ada juga yang berkesan, meski agak menghentak: souvenir berwujud batu nisan kecil yang bisa dipajang di meja kerja. Di situ tertulis nama penerima berikut tanggal lahirnya, sedang tanggal kematian masih dikosongi. Ini dimaksudkan agar penerima ingat, bahwa kematian itu pasti. Konon pesantren Daarut Tauhid (Aa Gym) memberikan souvenir itu untuk alumni program pelatihannya.

Yang terpenting adalah pesan di semua souvenir itu. Bisa berbentuk grafik, atau sedikit kalimat. Untuk grafik, kadang perlu penjelasan, bisa dilampirkan dalam sebuah booklet kecil. Misalnya grafik **Indonesia Milik Allah**, itu tidak semua orang langsung paham. Demikian juga kartun Muhammad al Fatih penakluk Konstantinopel, atau Abbas Ibn Firas penemu pesawat, perlu buku sejarah mini. Tetapi grafik semisal **Palestina/Israel dari 1947 ke 2014** tentu jauh lebih mudah dimengerti.

Kalau menggunakan kalimat, bisa menggunakan kata-kata hikmah, bisa pula sepotong ayat atau hadits. Ini bisa dikombinasikan juga dengan sedikit grafiti. Semisal grafiti

marah, lalu di bawahnya ditulis “*La taghdhab wa lakal jannah* - Janganlah marah, maka bagimu surga”. Untuk menghindari kontroversi, cukup transliterasi Latin atau terjemahannya saja dalam bahasa Indonesia atau Inggris. Kontroversi yang dimaksud adalah, dengan menaruh tulisan Arab yang merupakan bagian dari Qur’an atau Hadits di souvenir, apalagi di t-shirt, bisa dituduh melecehkan Qur’an, apalagi bila t-shirt itu dibawa masuk WC.

Dunia souvenir islam-ideologis seperti ini sekarang masih terbuka lebar. Yang diperlukan adalah seniman-seniman yang cerdas dan kreatif. Cerdas dalam arti mengerti jenis souvenir dan kalimat pesan yang akan dimasukkan. Kreatif dalam memilih tampilan visual yang menarik dan memberi kesan mendalam, namun tidak terkesan menggurui.

Untuk souvenir yang tidak membawa pesan ideologis saja, ada booming bisnis yang dirasakan. Joger di Bali adalah industri souvenir yang mengandalkan kata-kata jenaka. Bahkan sekarang ini, rasanya belum lengkap pergi ke Bali kalau belum membeli souvenir dari Joger.

Oleh karena itu, industri souvenir Islami sebenarnya sangat bisa dikembangkan. Ini bahkan bisnis besar ! Faktor lokalitas bisa pula diangkat, sehingga souvenir itu menjadi khas. Misalnya **Yogya tanah santri**, **Surabaya warisan mujahid**, atau **Padang bersendi Kitabullah** menjadi tagline khas souvenir Islam dari kota-kota itu.

Siapa mencoba?

Layanan Personal

Setiap orang pasti memiliki suatu layanan personal. Yang paling sederhana adalah layanan ke tukang cukur. Sesingkat-singkatnya di tukang cukur, itu 10 menit. Kalau dengan antrinya, kadang bisa 30 menit atau lebih.

Kalau ibu-ibu ke salon, bisa jauh lebih lama, walaupun itu biasanya hanya untuk kelas menengah ke atas. *O ya*, salon yang khusus muslimah, sepertinya masih langka.

Untuk layanan kesehatan, tergantung. Ada dokter yang pasiennya terlalu banyak, sehingga jatah waktu per orang sangat singkat. Tetapi setidaknya, ada waktu tunggu yang bisa cukup lama. Ini waktu yang sangat berharga untuk dakwah!

Waktu tunggu yang sama bisa ada di bengkel, tempat cuci mobil, bank, dan sebagainya. Inilah yang bisa dijadikan uslub dakwah.

Kenapa sambil menunggu itu tidak diberikan suguhan dakwah gratis? Misalnya, disediakan tersedia buku-buku

atau majalah Islam. Atau ada televisi, namun disetelkan VCD dakwah yang bervariasi. Variasi ini bisa dimulai dari VCD Harun Yahya, VCD Umar bin Khattab, VCD dakwah Felix Siau, hingga rekaman *docusinema* Indonesia Milik Allah.

Kalau kita sendiri yang menjadi praktisi layanan personal itu, kita bahkan bisa menyisipkan dakwah di layanan kita. Misalnya, seorang dokter, ketika melihat ada pasien yang kelihatan kurang bugar karena kurang gerak, bisa memasukkan hadits, betapa Rasulullah hingga di usia senja masih giat olahraga, masih adu lari dengan Aisyah, atau bergulat dengan Ukasyah, sehingga usia 60 lebih masih kuat berjihad.

Kalau ada pengemban dakwah jadi tukang pijat, kesempatan berdakwah malah lebih luas lagi, karena biasanya pijat memakan waktu hampir satu jam. Cukup untuk sambil ngobrol kesana kemari, tentu saja asal pijatannya juga enak. Bisa-bisa nanti pasien datang lagi bukan sekedar karena pijatannya yang enak, tetapi karena obrolannya juga gayeng. Saya jadi teringat, dulu Presiden Gusdur punya pembisik yang profesinya tukang pijat.

Namun kadang-kadang, dakwah bisa terjadi juga pada arah sebaliknya. Maksudnya, seorang pengemban dakwah yang memiliki *overstock tsaqofah*, justru menuliri pelayan personal itu selama pelayanan. Sambil dipijat oleh seorang pemijat tuna netra, saya bisa cerita banyak hal tentang Islam. Rupanya pemijat ini juga cerdas. Dia hafal banyak hal, dan selalu mengikuti berita perkembangan politik. Walhasil, ketika pemijat tersebut memijat orang lain (dan saya kagum, beliau banyak dilanggan orang penting di Jakarta), dia pasti sedikit banyak akan juga membawa ide-ide yang pernah kita

tularkan.

Jadi, apa layanan personal Anda yang dapat dijadikan uslub dakwah?

Radio & Televisi

Pada zaman dahulu, radio adalah alat propaganda paling efektif. Sekarang, radio kalah oleh televisi. Namun radio masih bisa dipakai untuk menemani para pengemudi yang terjebak kemacetan. Mereka tidak mungkin mengemudi sambil menonton televisi. Jadi radio cukup efektif.

Dan sekarang ini, mendirikan stasiun radio jauh lebih mudah dan murah dari di masa lalu. Bahkan sekarang banyak sekolah (SMP/SMA) yang punya program extra kurikuler radio.

Walhasil radio dakwah juga sudah bermunculan, walaupun programnya belum banyak bervariasi. Umumnya baru seputar bacaan Qur'an dan monolog atau dialog Fiqih. Idealnya segala persoalan manusia bisa dibahas. Dari persoalan syar'iah sampai sains dan siyasah.

Tidak masalah radio Islam membahas kiat-kiat menambah penghasilan dari rumah; atau membahas teknologi nano untuk kesehatan; atau bagaimana politik

yang tepat agar peristiwa mudik tahunan itu bisa lebih manusiawi.

Untuk televisi, meski teknologinya kini juga lebih mudah dan murah, namun biaya yang diperlukan tetap masih lumayan tinggi. Apalagi kalau TV itu ingin siaran secara nasional.

Yang tersulit dari TV, sekalipun hanya untuk lokal atau komunitas, adalah membuat konten yang secara visual juga menarik. Tak heran TV nasional masih terbatas itu-itulah saja, dengan acara yang itu-itulah juga. Acara yang Islami hanya muncul di bulan Ramadhan. Di luar bulan Ramadhan, acara yang Islami paling hanya adzan Maghrib.

Memang benar, kalau kita ingin mempengaruhi opini publik, kita harus punya TV. Tetapi, sebelum punya TV sendiri, sebaiknya belajar membuat konten yang kontinyu. Bayangkan, kalau suatu TV punya siaran 10 jam saja sehari (misal dari pukul 13 s/d 23, maka dia juga harus membuat konten sebanyak 10 jam, tiap hari!

Konten ini juga harus semua ada visualnya. Kalau hanya orang dan monolog, seperti halnya radio, TV itu pasti akan segera ditinggalkan pemirsanya yang merasa kebosanan. Ada juga yang tayangannya sebenarnya menarik, tetapi diulang-ulang terus. Coba saja lihat film anak-anak di TV, berapa puluh kali satu episode kartun Spongbob atau Upin-Ipin diulang!

Untuk menghasilkan konten 1 jam saja, kita butuh satu tim minimal 10 orang yang bekerja full selama minimal 3 hari. Mereka akan melakukan riset atau perencanaan kecil, syuting, lalu editing, baru kemudian siap tayang. Jadi bisa

dibayangkan biaya yang dibutuhkan untuk membuat konten selama sehari, sebulan, setahun. Kalau satu team 10 orang itu bekerja terus, selama sebulan dia bisa membuat konten untuk 10 jam.

Jadi kalau kita akan siaran sebulan, berarti kita harus punya 30 tim yang bekerja paralel. Jika satu tim dibayar minimal 50 juta/bulan, berarti pemilik TV harus mengalokasikan Rp 1,5 Milyar/bulan, hanya untuk produksi konten.

Padahal mereka juga masih harus bayar listrik, bayar tenaga pendukung (satpam, *cleaning service*, OB dll), izin frekuensi dan pajak. Jadi kalau memang serius mau investasi ke ranah TV dakwah, siap-siap dulu dengan anggaran sekitar 25 Milyar untuk setahun, yang siap tidak kembali!

Karena itu, TV yang mau “panjang nafasnya”, mau tidak mau harus mendapatkan dana yang juga kontinyu. Dan itu ada yang dari donatur, atau dari iklan. Untuk iklan, jelas TV dakwah tidak seleluasa TV sekuler. Tidak elok ada iklan rokok, atau iklan yang menonjolkan aurat perempuan. Jadi, para pengiklan perlu membuat tayangan iklan sendiri.

Tentu saja ini tidak mudah, walaupun bisa juga menjadi peluang tersendiri, yaitu “Biro Advertising Syari’ah”. Yang diiklankan tentu saja bukan cuma asesori ibadah, bank syariah atau perjalanan umrah, boleh saja iklan makanan, hp, mobil atau bahan bangunan. Tetapi tetap koridor syari’ahnya itu harus dijaga.

Kalau ini bisa jalan, siapa takut membuat TV dakwah? Tetapi kalau belum siap dengan investasi besar seperti ini, tidak salahnya latihan membuat konten dulu. Konten yang

bagus, bisa pula dijual non eksklusif ke berbagai TV yang ada saat ini, baik ke TV nasional maupun TV lokal.

Biasanya, skema awal TV nasional yang besar, hanya akan memberi slot waktu yang “mati” (yang selama ini dianggap tidak laku karena tidak ada pengiklan), dan mereka akan meminta kita mencari pengiklan sendiri. Kalau ada iklan, maka TV ini minta bagi hasil. Jadi mereka hanya menyediakan infrastruktur (yaitu jam siaran), sedang kita yang mengurus semuanya (konten dan iklan).

Baru kalau konten yang kita buat laku, pelan-pelan jam tayang akan digeser, dan kalau iklan sudah banyak, pihak TV akan mengambil alih, dan mereka akan beli putus konten yang kita buat. Konten kita untuk 1 jam mungkin akan dibeli Rp. 100 juta, tetapi pihak TV untung besar dari iklan yang bertubi-tubi.

Hanya produser yang sudah kondang (semisal Andi F Noya dengan Kick Andy, atau Mario Teguh dengan The Golden Ways), akan memiliki posisi tawar yang cukup, agar misi yang mereka jalankan juga sekaligus mendatangkan keuntungan secara finansial.

Bagaimana, jadi lebih siap menjadikan TV uslub dakwah?

Buletin, Majalah, & Koran

Mungkin Anda pernah merasakan membuat acara dakwah yang dirasa sudah kolosal, juga sudah dihadiri banyak wartawan, tetapi ternyata besoknya nyaris tidak ada satupun koran yang memuat.

Atau ada satu tetapi kecil banget, itupun di halaman dalam, dan yang disorot malah beberapa peserta yang pingsan karena arena terlalu padat. Kemudian kita karena jengkel akhirnya berkesimpulan: “Dasar koran sudah sekuler semua, kalau sudah gini kita harus punya koran sendiri !”

Punya koran sendiri? Membuat koran itu gampang, setidaknya untuk sekali terbit. Tetapi membuat koran yang bisa terbit tiap hari —dengan tirus seminim apapun (misal 5.000 exemplar untuk koran lokal)— itu sebuah tantangan yang tidak main-main.

Kalau koran besar, apalagi yang sudah terkenal reputasinya seperti Kompas, Republika, atau Media Indonesia, mereka sudah lulus fase belajar itu. Mereka

sudah menemukan rutinitasnya. Pengisi konten (news & features) maupun pembayar iklan sudah jalan semua. Pangsa pasar atau pelanggannya juga sudah jalan.

Itupun, belum ada yang tirasnya melebihi setengah juta exemplar per hari. Untuk sebuah negeri dengan 250 juta penduduk, pasar kita masih besar! Hanya saja memang, budaya membaca dan menulis kita, juga daya beli kita mungkin belum sampai.

Lagi-lagi, tantangan terbesar membuat koran adalah mengisi konten secara teratur dan mencari pendanaan (pelanggan yang membayar dan pemasang iklan) yang cukup untuk menyambung nafas.

Kalau isi koran memang dibutuhkan banyak orang, maka koran itu akan laku, dan berarti hidup terus. Sampai beberapa tahun lalu, koran Pos Kota merupakan koran terbesar di Jakarta. Tetapi orang membelinya bukan karena konten beritanya, tetapi karena mencari iklan kendaraan atau properti! Namun popularitas koran ini sekarang turun karena bersaing dengan situs jual beli online semacam *berniaga.com* atau *OLX.com*.

Sebagian pengemban dakwah telah berhasil menghidupkan majalah, baik yang bulanan maupun dwi-mingguan. Namun tirasnya masih belum pernah melampaui 50.000 exemplar sekali terbit.

Ternyata, kesuksesan suatu majalah tidak hanya tergantung kerja di hulu (penulis, penerbit), tetapi juga di hilir (yang memasarkan). Mungkin juga tidak mudah memasarkan majalah yang covernya terlalu politis, apalagi terkesan *Islam garis keras*. Publik masih mencari majalah

yang punya kesan lebih soft, netral, atau intelektual.

Dulu, dunia dakwah di Indonesia pernah punya beberapa majalah yang ternyata tirasnya lebih dari 100.000 exemplar per terbit. Ada yang lebih ke sastra (misal Annida) atau ke seputar rumahtangga (seperti Ummi). Walaupun di dalamnya ada juga isi yang politis-ideologis. Intinya kita mesti lebih cerdas, dan memperhatikan juga segmen pembacanya.

Untuk buletin, misalnya yang terbit mingguan tiap hari Jum'at, sekilas tampak lebih mudah karena hanya selembarnya. Namun untuk bisa terbit teratur bertahun-tahun, juga perlu usaha keras juga. Untunglah kalau fase belajar telah dilalui. Buletin ini —jika tidak mau membosankan— memang harus dibuat aktual. Mirip *news*, tetapi dibahas dari perspektif Islam.

Untuk menyiapkan buletin seperti ini, hanya tersedia waktu tiga hari. **Hari pertama** adalah rapat redaksi untuk pemilihan topik yang diangkat dan poin-poin analisis dilihat sudut pandang Islam. Setelah itu segera satu orang diberi amanah menulis.

Hari kedua, tulisan itu sampai ke pimpinan organisasi dakwah untuk disetujui (atau dikoreksi). Setelah disetujui, hari itu juga buletin diupload untuk diproduksi di seluruh Indonesia (remote-printing). Kota-kota yang mencetak bisa menambahkan iklan acara dakwah yang bersifat lokal. Ada kota-kota yang tirasnya cuma 10 rim (5.000 exemplar), ada juga yang sampai ratusan rim.

Di **hari ketiga**, buletin yang telah dicetak segera disebar ke kota-kota yang lebih kecil yang masuk area cakupan

penerbit lokal. Ada yang dititipkan bus antar kota, ada yang dititipkan sindikat pedagang koran. Intinya, Kamis malam atau Jum'at pagi, seluruh buletin itu harus sudah sampai ke masjid-masjid.

Ada masjid yang memang berhasil dilobi sehingga berlangganan buletin itu dari uang keropak masjid. Atau ada *aghniya* (orang kaya) yang berlangganan. Ada juga bahkan birokrat yang malah menganggarkan lewat APBD langganan buletin, sehingga orang sekantor dapat semua. Semua tergantung tenaga pemasaran. Mereka juga yang bertanggungjawab menagih iuran langganan. Maklum buletin seperti ini tidak pakai iklan komersial maupun dibeli secara eceran.

Namun kadang muncul juga fitnah. Yang paling minim adalah ada larangan dari suatu DKM tentang memakai uang keropak untuk berlangganan buletin. Lebih dari itu adalah penolakan menaruh buletin di masjid yang bersangkutan. Kalau ditinggal begitu saja, oleh yang bertugas akan disembunyikan atau malah dibuang ke tempat sampah (padahal sudah ada peringatan bahwa buletin itu mengandung ayat-ayat Al-Qur'an). Solusinya, kita sebar langsung di halaman masjid.

Tetapi ada juga masjid yang juga melarang kita menyebarkan. Untuk hal seperti ini, kita memang harus beraudiensi, bertatap muka dengan penanggungjawab masjid, untuk mengklarifikasi fitnah yang sudah mendominasi akal sehatnya. Kalau gagal juga, ya sudah cari saja masjid yang lain. Masih banyak masjid yang belum digarap.

Andaipun saat ini tiras buletin secara nasional ini sudah

di atas 1 juta exemplar, untuk muslim dewasa di Indonesia yang jumlahnya lebih dari 160 juta orang, itu masih terlalu sedikit!

Jadi bagaimana? Masih niat bikin koran? Coba latihan dulu!

Atraksi Dakwah

Setiap komunitas, biasanya memiliki suatu atraksi budaya yang dapat membuat mereka berkumpul. Zaman Nabi dulu, pernah ada satu rombongan dari Habasyah datang ke Madinah, dan mereka menggelar suatu pertunjukan akrobatik. Nabi menonton, para sahabat menonton, bahkan istri nabi, Aisyah, pun ikut menonton. Pertunjukan ini bahkan dilakukan di masjid.

Intinya menggelar atraksi yang tidak ada unsur syirik atau maksiat itu mubah. Dan itu bisa dijadikan cara mengumpulkan orang untuk dakwah.

Di Persia, pada masyarakat yang gemar dongeng fantasi, atraksi dilakukan dengan mendongeng. Muncullah kisah 1001 malam, Sinbad, dan sejenisnya.

Di tanah Jawa, para wali memodifikasi kisah-kisah Hindu (Mahabarata) menjadi wayang kulit, yang di tengahnya dimunculkan tokoh punakawan (yang tidak ada di cerita asli).

Para punakawan itulah yang ditunggu-tunggu audiens,

karena mereka jenaka, bisa bebas bicara di luar pakem cerita. Dan itulah yang jadi medium dakwah.

Beberapa pengemban dakwah sudah menggunakan *uslub* ini. Di daerah Jogja dan sekitarnya, model **Angkringan Dakwah** cukup mengena. Ini kombinasi antara kepiawaian tim musik, tim jenaka, dan narasumber ustadz yang sebenarnya. Biasanya digelar di halaman masjid setelah sholat Isya'. Memang ada sedikit faktor cuaca. Namun setelah puluhan kali digelar, dengan audiens sampai 1.000 orang, sepertinya malah makin sering diminta manggung, sehingga sudah saatnya untuk meng-*cloning* diri.



Angkringan Dakwah.

Untuk daerah Jawa Barat mungkin bisa menggunakan model **Si Kabayan** atau *Cecep*. Campuran bahasa Indonesia dengan bahasa daerah setempat tidak bisa terhindarkan, sehingga atraksi seperti ini memang lebih cocok di daerah yang cukup akrab dengan bahasa daerah.

Untuk daerah perkotaan, saat ini yang tersisa untuk mengumpulkan orang, adalah *Nonton Bareng* —terutama acara sepakbola. Tentu saja tidak mudah menyisipkan dakwah di sana, apalagi sering penontonnya juga non muslim. Tetapi bisa saja, pada saat turun minum, panitia menyisipkan film, atau atraksi tambahan, walaupun hanya 15 menit.

Kalau audiensnya lebih banyak, yang masih bisa menjadi atraksi adalah konser musik. Meski musik yang digelar adalah yang bernuansa Islami, seperti **Opick** atau **Maher Zain**, tetap saja tidak mudah memisahkan audiens pria dan wanita di arena seperti itu. Tetapi kalau panitianya merasa sanggup, silakan saja, ini *uslub* dakwah yang boleh dicoba.

Tentang Penulis



Prof. Dr.-Ing. H. Fahmi Amhar, lahir di Magelang, tahun 1968. Setelah lulus SMAN 1 Magelang tahun 1986, sempat kuliah di jurusan Fisika ITB selama satu semester. Dia kemudian mendapat beasiswa dari Menrsitek Habibie (OFP-STAIID) untuk melanjutkan studi *undergraduate* di Eropa Barat, dan lalu

beasiswa dari Austrian National Science Foundation untuk tingkat selanjutnya.

Fahmi bermukim di Austria selama hampir 10 tahun, hingga meraih gelar *Diplom-Ingenieur* dari Universitaet Innsbruck & Technische Universitaet Wien (Vienna University of Technology) dalam bidang geodesy, photogrammetry & cartography pada tahun 1993; kemudian *Doktor der technischen Wissenschaften* dari Technische Universitaet Wien, dengan disertasi dalam bidang geomatics engineering (3D-GIS, digital orthoimage & spatial database) pada tahun

1997.

Fahmi menyukai dunia ilmiah dan dakwah sejak remaja. Tahun 1984-1986 Fahmi tiga kali menjuarai Lomba Karya Ilmiah Remaja LIPI, hingga sempat ditawarkan masuk IPB tanpa test oleh Rektornya saat itu, Prof. Dr. Andi Hakim Nasution, meski masih kelas 2 SMA. Semasa SMA pula dia ikut mendirikan Kelompok Ilmiah Remaja SMA1 Magelang (pi-Sigma) dan Keluarga Remaja Islam Magelang (Karisma). Di Austria Fahmi menjadi motor pengajian mahasiswa dan TPQ di KBRI.

Fahmi memperoleh pengetahuan Islamnya dari kegemarannya membaca, berdiskusi dan mengikuti kajian di berbagai tempat, mulai dari kajian kitab dengan Ust. Yusuf di Magelang yang kebetulan ayahnya sendiri, training khatib di masjid jami' Magelang (kalangan NU), kuliah shubuh setiap ahad pagi di kampus Universitas Muhammadiyah, juga di beberapa pergerakan seperti Pelajar Islam Indonesia (PII), kelompok mentoring Masjid Salman ITB, ICMI, hingga ke Hizbut Tahrir. Fahmi pernah pula mengunjungi sentra-sentra studi Islam seperti Mekkah, Madinah, Cordoba, Cairo, Istanbul, hingga McGill University di Canada. Bukunya tentang Islam yang pernah terbit adalah "Bunga Rampai Kajian Islam di Wina" (Wapena, 1995), "Buku Pintar Calon Haji" (GIP, 1996), dan terakhir "TSQ Stories" (Al-Azhar Press, 2010). Tulisan populernya juga banyak dimuat di berbagai media nasional, seperti Republika, Kompas, Media Indonesia, Kedaulatan-Rakyat, Suara Hidayatullah, Suara Islam, Media Umat, Nebula, al-Waie, serta disimpan di ribuan websites.

Saat ini Fahmi bekerja sebagai Peneliti Utama (IV/e)

pada Badan Koordinasi Survei & Pemetaan Nasional (Bakosurtanal), dan dari 2007-2010 menjabat Kepala Balai Penelitian Geomatika di Bakosurtanal. Pada 11 Agustus 2010 Fahmi dikukuhkan sebagai Professor Riset bidang Sistem Informasi Spasial. Dia adalah Professor Riset ke-310 yang dikukuhkan oleh LIPI. Fokus penelitiannya saat ini adalah *Spatial Data Quality & Standardization*, *Audit of Spatial Information System*, dan *Non-Conventional Cartography*.

Untuk terus mengasah dan menyebarkan kemampuan akademisnya, Fahmi juga mengajar sebagai dosen luar biasa pada pascasarjana IPB, Undip dan Univ. Paramadina.



Foto keluarga Fahmi Amhar

Fahmi pernah juga menjadi dosen tamu di Universitas Muhammadiyah Magelang. Selain itu lebih dari 100 lembaga pemerintah, swasta, pendidikan dan LSM pernah mengikuti trainingnya dalam berbagai topik.

Tahun 2001 Fahmi meraih penghargaan Peneliti Terbaik bidang Teknologi Rekayasa dalam Pemilihan Peneliti Muda

Indonesia.

Fahmi menikah dengan dr. Arum Harjanti, dan diamanahi empat anak: Fitri Hasanah, Faizah Hidayati, Fahri Hasanuddin dan Fatih Hafizuddin.

Tentang Editor

Mohammad Jeprie adalah seorang penulis, penggemar desain grafis, dan pemilik blog [Desaindigital](#). Jeprie mengumpulkan artikel-artikel Fahmi Amhar di Bulan Ramadhan 1435 H untuk memudahkan dirinya belajar dakwah.

Disclaimer

Semua artikel dalam buku ini berasal dari **catatan Prof Fahmi Amhar** di **Facebook**. Editor hanya memperbaiki sedikit tata bahasanya tanpa mengubah makna isi artikel. Hak cipta, *credit*, dan seterusnya cukup diberikan pada penulis.

Penyusunan buku ini tidak bertujuan komersil. Dibagikan gratis bagi siapa saja yang membutuhkan, kecuali penulis berkehendak lain.

Jika ada masalah, keluhan, kritik, atau perbaikan silakan hubungi editor buku ini via email ke mjeprie.se@gmail.com. Pertanyaan tentang isi atau makna artikel dalam buku ini sebaiknya disampaikan pada penulis.