

Panduan & Strategi Dakwah Khusus

Dalam Tanfidz Muktamar ke-47 ditegaskan bahwa leading sektor Lembaga Dakwah Khusus (LDK) dalam berdakwah adalah komunitas kalangan atas, komunitas kalangan bawah, komunitas kalangan menengah, dan komunitas dunia virtual. Dengan demikian, tugas LDK yang tadinya hanya menangani dakwah di pedalaman menjadi bertambah empat fokus garapan sehingga totalnya menjadi 5 sasaran obyek dakwah, yaitu: (1) berdakwah pada komunitas kalangan atas, (2) komunitas kalangan bawah, (3) komunitas kalangan menengah, (4) komunitas dunia virtual, (5) dakwah untuk masyarakat pedalaman. Sehubungan dengan hal ini, maka penting kiranya adanya satu buku panduan agar tugas dakwah sebagaimana diamanahkan Muktamar dapat berjalan dengan baik. Buku sederhana ini memuat profil, program dan panduan sederhana untuk berdakwah pada kelima sasaran di atas.[]

Agus Trisundani | Faozan Amar | Imron Baihaqi | Muhammad Ziyad | Mufid HM. | Nurkhamim | Nur Ahmad | Suhardin | Tohirin | Tommy Hidayat



Dakwah untuk Komunitas Virtual
Dakwah untuk Kalangan Atas
Dakwah untuk Kaum Marginal
Dakwah untuk Masyarakat Pedalaman



UHAMKA PRESS
Jl. Gandaria IV, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, 12130.
Telp. (021) 7398899/ext: 112. Website: www.uhamkapress.com
E-mail: uhamkapress@yahoo.co.id



LEMBAGA DAKWAH KHUSUS
PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

PANDUAN DAN STRATEGI DAKWAH KHUSUS

Dakwah untuk Komunitas Virtual
Dakwah untuk Kalangan Atas
Dakwah untuk Kaum Marginal
Dakwah untuk Masyarakat Pedalaman

PANDUAN DAN STRATEGI DAKWAH KHUSUS

Dakwah untuk Komunitas Virtual
Dakwah untuk Kalangan Atas
Dakwah untuk Kaum Marginal
Dakwah untuk Masyarakat Pedalaman

Tim Penulis

Agus Trisundani
Faozan Amar
Imron Baihaqi
Muhammad Ziyad
Nur Khamim
Mufid HM.
Nur Ahmad
Tohirin
Tommy Hidayat
Suhardin



UHAMKA PRESS

PANDUAN DAN STRATEGI DAKWAH KHUSUS

Tim Penulis

**Agus Trisundani
Faozan Amar
Imron Baihaqi
Muhammad Ziyad
Nur Khamim
Mufid HM.
Nur Ahmad
Tohirin
Tommy Hidayat
Suhardin**

Copyrights © LDK PP Muhammadiyah, 2018
Hak cipta dilindungi oleh undang-undang
All rights reserved

Cetakan I, November 2018
ISBN : 978-602-1078-76-1

Editor:
Tohirin

Diterbitkan oleh:

UHAMKA PRESS
Anggota IKAPI, Jakarta
Jl. Gandaria IV, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan
Telp. (021) 7398898/ext. 112, Website: www.uhamkاپress.com
E-mail: uhamkاپress@yahoo.co.id

Bekerjasama dengan:

Lembaga Dakwah Khusus Pimpinan Pusat Muhammadiyah
Jl. Menteng Raya, N. 62, Jakarta Pusat

Dicetak oleh:
Percetakan Muhammadiyah "Gramasurya"
Jl. Pendidikan No. 88 Yogyakarta 55182
Telp/Fax. (0274) 413364
e-mail: info@gramasurya.com

KATA PENGANTAR

Muhammadiyah sebagai gerakan dakwah Islam amar ma'ruf nahi mungkar, dalam melaksanakan dakwahnya menghadapi tiga sasaran yaitu sasaran utama, sasaran umum dan sasaran khusus. Sasaran utama adalah seluruh anggota persyarikatan Muhammadiyah, dan sasaran umum adalah seluruh kaum muslimin dan muslimat. Sedangkan sasaran khusus adalah kelompok-kelompok masyarakat yang memiliki karakteristik khusus atau disebut dengan komunitas khusus.

Seiring dengan berjalannya waktu, Muhammadiyah terus menyempurnakan konsep dakwahnya, sesuai dengan perkembangan dan tantangan zaman yang dihadapi. Pada Mukhtamar Muhammadiyah ke-36 di Padang, dengan tegas dan jelas, Muhammadiyah mendeklarasikan konsep Dakwah Masa Kini. Dakwah masa kini adalah proyek besar dakwah Muhammadiyah dengan maksud untuk mengantisipasi arus modernisasi yang begitu cepat berkembang di Indonesia yang membawa pengaruh negatif terhadap perkembangan kemajuan Islam dan ummatnya.

Mengingat program dakwah masa kini dianggap cukup berat untuk dilaksanakan, program tersebut dipecah menjadi beberapa bagian, satu diantaranya dakwah terhadap masyarakat terasing. Pada Mukhtamar Muhammadiyah ke-41 di Solo 1985 dibentuklah Lembaga Dakwah Khusus (LDK). Kata “khusus” menggambarkan bahwa program dakwah yang diselenggarakan oleh LDK tertuju kepada segmen sosial tertentu, yaitu dakwah untuk daerah pedalaman dan suku-suku terasing. Namun pada perjalanannya, dengan beberapa pertimbangan, LDK digabung ke dalam Majelis Tabligh sehingga nama majelis tersebut berubah menjadi Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus (MTDK).

Pada Mukhtamar Makasar juga diputuskan pemisahan kembali dakwah khusus dari MTDK sehingga dibentuk kembali Lembaga Dakwah Khusus (LDK). Dalam Tanfidz Mukhtamar ke-47 ditegaskan tentang *leading* sektor yang menggawangi berbagai komunitas sasaran dakwah yang dirumuskan pada Mukhtamar tersebut. Disebutkan bahwa LDK diberi amanah (*leading* sektor) untuk berdakwah pada komunitas kalangan atas, komunitas kalangan bawah, komunitas kalangan menengah, dan komunitas dunia virtual.

Dengan demikian, tugas LDK yang tadinya hanya menangani dakwah di pedalaman menjadi bertambah empat fokus garapan sehingga totalnya menjadi 5 sasaran obyek dakwah, yaitu: (1) berdakwah pada komunitas kalangan atas, (2) komunitas kalangan bawah, (3) komunitas kalangan menengah, (4) komunitas dunia virtual, (5) dakwah untuk masyarakat pedalaman. Sehubungan dengan hal ini, maka penting kiranya adanya satu buku panduan agar tugas dakwah sebagaimana diamanahkan Mukhtamar dapat berjalan dengan baik.

KATA PENGANTAR LEMBAGA DAKWAH KHUSUS PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

Salah satu Keputusan Muktamar Muhammadiyah ke-47 yang diselenggarakan di kota Makassar tahun 2015 adalah tentang Model Dakwah Pencerahan Berbasis Komunitas untuk menggarap berbagai kelompok sosial yang heterogen dan berkembang pesat dalam kehidupan masyarakat Indonesia saat ini.

Dalam Muqaddimah Anggaran Dasar Muhammadiyah poin kedua secara tegas dinyatakan, bahwa “Hidup manusia bermasyarakat”, yang menunjukkan kesadaran akan posisi dan fungsi masyarakat, termasuk di dalamnya komunitas atau jamaah. Muhammadiyah bahkan menetapkan tujuannya pada pembentukan masyarakat, yaitu “Masyarakat Islam yang sebenar-benarnya”. Dengan demikian orientasi ke basis masyarakat, di dalamnya terdapat komunitas atau jamaah umat, menjadi bagian penting dari ideologi gerakan Muhammadiyah

sejak awal gerakan ini lahir hingga perjalanannya melampaui satu abad.

Dalam konteks sejarah, Muhammadiyah generasi awal di bawah kepeloporan Kyai Ahmad Dahlan selaku pendiri dan perintis banyak memelopori usaha-usaha pembinaan komunitas atau jamaah di masyarakat. Diantaranya membentuk dan membina kelompok pengajian seperti *Wal Ashri*, *Fathul Asrar Miftahu Sa'adah*, *Nurul Iman*, dan lain-lain. Didirikan *Qismul Arqa* kelompok putra-putri yang dibina di rumah atau asramanya, yang menjadi embrio lahirnya Madrasah Mu'allimin dan Mu'allimat Yogyakarta. Kyai dan sahabat-sahabat terdekatnya juga membina kependuan, yang melahirkan Hizbul Wathan tahun 1918. Pembinaan Siswa Praja sebagai embrio 'Aisiyah tahun 1917.

Kyai Dahlan melalui gerakan Al-Ma'un mengumpulkan anak-anak yatim yang kemudian dilembagakan menjadi *Weeshuis* (Rumah Yatim), *Armeinhuis* (Rumah Miskin), dan Poliklinik sebagai benih lahirnya Penolong Kesengsaraan Oemoem (PKO) atau kini dikenal sebagai Rumah Sakit PKU Muhammadiyah. Di samping itu, Kyai Dahlan juga bergaul dengan kelompok elit di Boedi Oetomo, mengajar di Sekolah Praja, dan berinteraksi dengan siapa saja yang ditemuinya untuk berdialog dan mendakwahkan Islam.

Di rumah HOS Tjokroaminoto daerah Peneleh Surabaya, Kyai Dahlan juga memberikan pengajian Islam yang mencerahkan di hadapan Soekano, Semaun, dan elite muda pergerakan yang haus ilmu dan keislaman. Perintisan awal Muhammadiyah tersebut menunjukkan usaha-usaha langsung membina kelompok-kelompok khusus dalam masyarakat, yang saat ini dikenal sebagai komunitas atau jamaah.

Dengan demikian, berdasarkan uraian tersebut Dakwah khusus berbasis komunitas bukanlah hal yang baru bagi Persyarikatan Muhammadiyah. Tetapi telah menjadi cikal bakal dan gerakan dakwah hingga sekarang ini. Sebab, semua komunitas yang ada di tengah-tengah masyarakat harus merasakan dakwah pencerahan (*da'wah al-tanwiryah*) Muhammadiyah. Karena itu, kesadaran inilah yang kemudian menjadikan landasan bagi Muhammadiyah untuk merumuskan dakwah berbasis komunitas.

Muhammadiyah dalam memasuki abad kedua berkomitmen untuk melakukan dakwah pencerahan yang bersifat membebaskan, memberdayakan, dan memajukan. Dakwah pencerahan kepada kelompok-kelompok komunitas lama maupun baru sangat penting bagi Muhammadiyah untuk menyebarkan dan mewujudkan nilai-nilai pencerahan berdasarkan pandangan Islam yang berkemajuan bagi masyarakat luas yang heterogen.

Secara konsep, model dakwah komunitas itu berkaitan dengan konsep gerakan jamaah dan dakwah jamaah (GJDJ). Dakwah komunitas dan GJDJ sama-sama menekankan pentingnya pendekatan kultural, sebagai jawaban terhadap kritik dakwah Muhammadiyah yang dianggap kurang berempati pada seni dan budaya. Kemasan (*packaging*) dakwah Muhammadiyah juga terasa normatif, kering, kurang adaptif, dan kehilangan selera humor (Biyanto, 2015).

Dakwah Muhammadiyah juga belum banyak menysasar komunitas virtual (*virtual community*). Kelompok virtual merupakan komunitas yang banyak berinteraksi melalui dunia maya seperti *blog*, *Instagram*, *Line*, *Path*, *Facebook*, *Twitter*, *Telegram*, dan *WhatsApp*. Jumlah komunitas virtual ini ternyata sangat besar. Menurut data *WeAreSocial*

yang bekerja sama dengan Hootsuite kembali melansir Global Digital Report tahun 2018 yang dilansir *WeAreSocial* berkerjasama dengan *HootSuite* and, Januari 2018; dari 265,4 juta penduduk Indonesia, pengguna internet 132,7 juta dengan penetrasi 50%, pengguna media social 130 juta dengan penetrasi 49% dan pengguna mobile phone 177,9 juta dengan penetrasi 67%. Waktu penggunaan internet, Indonesia menempati peringkat keempat dunia dengan durasi rata-rata menggunakan internet selama 8 jam 51 menit setiap harinya. Indonesia hanya “kalah” dari Thailand yang memiliki durasi 9 jam 38 menit, kemudian Filipina 9 jam 29 menit dan Brazil dengan 9 jam 14 menit. Peringkat Indonesia ini melampaui negara-negara maju seperti Singapura yang memiliki rata-rata durasi 7 jam 9 menit, Tiongkok 6 jam 30 menit, Amerika Serikat 6 jam 30 menit dan Jerman 4 jam 52 menit.

Dakwah Muhammadiyah juga harus menyoar komunitas khusus seperti kelompok sosialita yang melibatkan perempuan *high class*. Kelompok sosialita di kota-kota besar belum mendapat perhatian dakwah yang memadai, padahal mereka potensi ekonomi mereka besar, sehingga bisa jadi para pembayaran zakat di Lazismu. Demikian juga dengan komunitas berbasis hobi seperti penggemar motor gede (*moge*), *hijabers*, *bikers*, *automotive clubs*, *bookers*, golf, pencinta alam, dan *travelers*, juga harus merasakan sentuhan dakwah Muhammadiyah. Begitu juga, komunitas marginal di perkotaan pekerja seks komersial (PSK), anak jalanan, gelandangan dan lain-lain, juga harus menjadi sasaran dakwah. Sedangkan di pedesaan, dakwah juga harus dilakukan di daerah-daerah terpencil, terasing dan terjauh di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sehingga

kehadiran Muhammadiyah, seperti layaknya matahari, dapat dirasakan oleh seluruh rakyat Indonesia.

Buku yang hadir dihadapan pembaca, merupakan bagian dari ikhtiar yang dilakukan oleh Lembaga Dakwah Khusus Pimpinan Pusat Muhammadiyah, untuk memberikan *guidance* dalam melaksanakan Dakwah berbasis komunitas. Akhirnya, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat kami harapkan demi untuk penyempurnaan buku ini. Selamat membaca, semoga mencerahkan.

Jakarta, 6 September 2018 M
25 Dzulhijjah 1439 H
Ketua,

H. Muhammad Ziyad

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR—v
KATA PENGANTAR LEMBAGA DAKWAH KHUSUS
PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH—vii
DAFTAR ISI—xiii

BAB I

PENDAHULUAN—1

- A. Pendahuluan—1
- B. Obyek Dakwah —4
- C. Program Kerja—4
- E. Rekrutmen Dan Pengangkatan Dai—5

BAB II

KODE ETIK DAI—7

- A. Pentingnya Kode Etik Dai—7
- B. Akhlak Dai—8
- C. Seorang Dai harus Menyampaikan kebenaran sesuai dengan ajaran Islam yang bersumber pada Alquran dan As-Sunnah Rasul.—8
- D. Dai adalah pelopor atau teladan penghayatan dan pengamalan Islam.—9

- E. Dai harus mempunyai kejujuran dalam menyampaikan dakwahnya—10

BAB III

STRATEGI DAN LANGKAH—13

- A. Dakwah untuk Komunitas Virtual —13
- B. Dakwah untuk Kalangan Atas—30
- C. Dakwah untuk Komunitas Marginal—34
- D. Dakwah untuk Masyarakat Pedalaman—36

BAB III

PENUTUP—43

Lampiran

Silabus Pelatihan Dai—45

- Silabus Pelatihan Dai Komunitas Virtual—45
- Silabus Pelatihan Dai Komunitas Atas—48
- Silabus Pelatihan Dai Komunitas Marginal—51
- Silabus Pelatihan Dai Pedalaman—54

DAFTAR PUSTAKA—57

Bab I

PENDAHULUAN

A. PENDAHULUAN

Muhammadiyah sebagai gerakan dakwah Islam amar ma'ruf nahi mungkar, dalam melaksanakan dakwahnya menghadapi tiga sasaran yaitu sasaran utama, sasaran umum dan sasaran khusus. Sasaran utama adalah seluruh anggota persyarikatan Muhammadiyah, dan sasaran umum adalah seluruh kaum muslimin dan muslimat. Sedangkan sasaran khusus adalah kelompok-kelompok masyarakat yang memiliki karakteristik khusus atau disebut dengan komunitas khusus.

Seiring dengan berjalannya waktu, Muhammadiyah terus menyempurnakan konsep dakwahnya, sesuai dengan perkembangan dan tantangan zaman yang dihadapi. Pada Muktamar Muhammadiyah ke-36 di Padang, dengan tegas dan jelas, Muhammadiyah mendeklarasikan konsep Dakwah Masa Kini. Dakwah masa kini adalah proyek besar dakwah Muhammadiyah dengan maksud untuk mengantisipasi arus

modernisasi yang begitu cepat berkembang di Indonesia yang membawa pengaruh negatif terhadap perkembangan kemajuan Islam dan ummatnya.

Program dakwah masa kini adalah program dakwah yang didukung dengan sarana dan prasarana modern seperti penerbitan buku-buku, dakwah melalui media cetak, radio, dan televisi. Program ini bertujuan (1) memperkuat aqidah ummat; (2) membina pribadi muslim yang tangguh; (3) mengkader ummat agar menjadi pemimpin yang berakhlak mulia; (4) menegakkan keadilan dan kebenaran serta keseimbangan hidup dunia dan akhirat; (5) melaksanakan kepemimpinan Allah dan manhaj. (Anhar Burhanuddin, 1990: 24).

Mengingat program dakwah masa kini dianggap cukup berat untuk dilaksanakan, program tersebut dipecah menjadi beberapa bagian, satu diantaranya dakwah terhadap masyarakat terasing. Pada Muktamar Muhammadiyah ke-41 di Solo 1985 dibentuklah Lembaga Dakwah Khusus (LDK). Kata “khusus” menggambarkan bahwa program dakwah yang diselenggarakan oleh LDK tertuju kepada segmen sosial tertentu, yaitu dakwah untuk daerah pedalaman dan suku-suku terasing. Namun pada perjalanannya, dengan beberapa pertimbangan, LDK digabung ke dalam Majelis Tabligh sehingga nama majelis tersebut berubah menjadi Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus (MTDK).

Seiring dengan hal tersebut, beberapa konsep dakwah juga dicetuskan dalam rangka memberikan arah dan panduan agar terjadi percepatan dakwah. Secara sistematis dan terprogram, pada Muktamar ke-37 tahun 1968, Muhammadiyah melangkah lebih jauh dengan menggagas dan merumuskan program Gerakan Jamaah dan Dakwah Jamaah (GJDJ). Gerakan ini ingin

mengembalikan Muhammadiyah ke basis akar rumput (*grass-root*). (Pimpinan Pusat Muhammadiyah, 2015: 76). Konsep ini sangat cemerlang, tetapi tidak terlaksana secara massif atau meluas, kecuali pada sejumlah daerah terbatas.

Selain GDJD, Muhammadiyah juga menggunakan konsep dakwah kultural, dakwah dengan memperhatikan potensi dan kecerdasan manusia sebagai makhluk budaya secara luas dalam rangka mewujudkan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya. Kegiatan dakwah dengan memanfaatkan adat, tradisi, seni dan budaya lokal yang terdapat dalam masyarakat sebagai proses menuju kehidupan Islami. (Perkasa, 2010: 74).

Selanjutnya, pada Muktamar Muhammadiyah ke-47 di Makasar, Muhammadiyah memandang pentingnya dakwah komunitas, sebagai jawaban atas perkembangan dinamiks masyarakat mutakhir. Konsep dakwah komunitas merupakan penyempurnaan dari 2 konsep sebelumnya yaitu konsep GJDJ dan konsep dakwah kultural. Pada aspek pembentukan dan pemberdayaan kelompok, konsep dakwah komunitas mirip dengan GDJD. Sedangkan pada aspek pendekatan strategi lebih menekankan pada karakteristik jamaah, konsep dakwah komunitas mirip dengan konsep dakwah kultural. Hanya saja cakupan dan intensitasnya lebih luas. Konsep dakwah komunitas menekankan perhatian utama pada karakteristik khusus kelompok yang variatif dimana para dai harus menyesuaikan dan menjadikan karakteristik tersebut sebagai strategi dakwah.

Pada Muktamar Makasar juga diputuskan pemisahan kembali dakwah khusus dari MTDK sehingga dibentuk kembali Lembaga Dakwah Khusus (LDK). Dalam Tanfidz Muktamar ke-47 ditegaskan tentang *leading* sektor yang menggawangi berbagai komunitas sasaran dakwah yang

dirumuskan pada Mukatamar tersebut. Disebutkan bahwa LDK diberi amanah (*leading* sektor) untuk berdakwah pada komunitas kalangan atas, komunitas kalangan bawah, komunitas kalangan menengah, dan komunitas dunia virtual. Dengan demikian, tugas LDK yang tadinya hanya menangani dakwah di pedalaman menjadi bertambah empat fokus garapan sehingga totalnya menjadi 5 sasaran obyek dakwah, yaitu: (1) berdakwah pada komunitas kalangan atas, (2) komunitas kalangan bawah, (3) komunitas kalangan menengah, (4) komunitas dunia virtual, (5) dakwah untuk masyarakat pedalaman.

B. OBYEK DAKWAH

Sesuai dengan tugas pokok dan amanah Mukatamar ke - 47 di Makasar, obyek dakwah (*mad'u*) LDK meliputi masyarakat pedalaman, komunitas kalangan atas, komunitas kalangan bawah, komunitas kalangan menengah, dan komunitas dunia virtual. Namun atas beberapa pertimbangan, kalangan menengah untuk periode ini belum menjadi fokus dakwah LDK. Adapun fokus dakwah yang akan diambil adalah:

- a. Dakwah untuk komunitas virtual.
- b. Dakwah untuk kalangan atas.
- c. Dakwah untuk kalangan bawah (marginal).
- d. Dakwah untuk masyarakat pedalaman.

C. PROGRAM KERJA

Program kerja LDK meliputi:

- a. Pembuatan/penerbitan buku-buku panduan.
- b. Menginisiasi pembentukan LDK di tingkat PWM/PDM.

- c. Pelatihan Dai.
- d. Pengiriman Dai.
- e. Pemetaan zona dakwah.
- f. Lawatan (*rihlah*) dakwah.

F. REKRUTMEN DAN PENGANGKATAN DAI

Keberhasilan dakwah terutama di era modern saat ini sangat dipengaruhi oleh manajemen dakwah. Karenanya, dakwah harus dilakukan secara sistematis sistemik dan berjamaah. Para dai sebaiknya tidak berdakwah sendiri-sendiri. Tapi satu sama lain harus bersinergi dan berbagi tugas sesuai sasaran. Para dai hendaknya terdaftar dan terkoordinir oleh LDK sehingga memudahkan manajemen pelaksanaan dakwah.

Para dai direkrut dan dikoordinir langsung oleh setiap PWM/LDK di masing-masing tingkatan. Dengan demikian, semua dai terdaftar dalam data base dai PWM/LDK di tingkatan masing-masing. Namun demikian, PWM/LDK di semua tingkatan bawah diharapkan melaporkan semua kegiatan dakwah kepada LDK pusat. Laporan kegiatan dibuat dalam bentuk tulisan reportase dilengkapi foto dan /atau rekaman video. Selanjutnya dikirim ke admin LDK pusat untuk ditayangkan/diposting di laman www.ldkmu.com. PWM/LDK di semua tingkatan juga diharapkan menayangkan/memposting liputan kegiatan ke dalam akun media sosial masing-masing sebagai syiar dakwah.

Bab II

KODE ETIK DAI

A. Pentingnya Kode Etik Dai

Gerak gerik kehidupan pribadi da'i bukan saja diperhatikan, tetapi juga langsung dijadikan orang bahan perbandingan dengan apa yang disampaikan atau dianjurkannya dan yang dilarangnya, sebagai da'i atau muballigh. Apa yang dilihat dan didengar orang dari hidup pribadinya itu bisa menambah kekuatan daya panggilnya sebagai pembawa dakwah; tetapi bisa pula melumpuhkan daya panggilnya bila lain yang tampak dari yang didengar. bahkan Allah SWT juga murka; sebagaimana firman-Nya dalam Al-Qur'an Surat As-Shaaf (61) ayat 2-3 :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿٢﴾ كِبْرٌ مَّقْتًا
عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ ﴿٣﴾

Artinya; “ Wahai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan apa yang tidak kamu kerjakan?..Amat besar kebencian disisi Allah bahwa kamu mengatakan apa yang tidak kamu kerjakan. (QS. As-Shaaf [61]: 2-3)”

Bahkan lebih tegas lagi, orang yang demikian oleh Allah dianggap sebagi orang yang tidak berakal, sebagaimana firman-Nya dalam Qur’an Surat Al-Baqarah ayat 44 :

أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنسَوْنَ أَنفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ
الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴿٤٤﴾

Artinya : “ Mengapa kamu suruh orang lain (melakukan) kebajikan, sedangkan kamu melupakan diri (kewajiban)mu sendiri, padahal kamu membaca kitab (Taurat)?. Maka tidaklah kamu berfikir?”.

B. Akhlak Dai

Dakwah yang dilakukan tanpa mengamalkan pesan-pesan dakwahnya akan sangat sulit diterima oleh mad’u sampai kedalam hatinya. Oleh karena itulah dakwah dan akhlaqul-karimah adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan antara satu sama lain, kalau dakwah hendak berhasil.

C. Seorang Dai harus Menyampaikan kebenaran sesuai dengan ajaran Islam yang bersumber pada Alquran dan As-Sunnah Rasul.

Dai bertugas menyampaikan ajaran Islam yang bersumber dari Alquran dan As-Sunnah shahikah sebagai sumber hukum pokok Islam. Dalam hal itu muballigh dituntut melakukan tugas secara ikhlas hanya karena Allah SWT semata, bukan

karena motif atau tujuan lain. Disamping itu dai harus jujur dalam menyampaikan ajaran Islam, sebagaimana yang terkandung dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ
وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (QS. an-Nahl: 125).

D. Dai adalah pelopor atau teladan penghayatan dan pengamalan Islam.

Keteladanan atau kepeloporan Dai dalam mengamalkan ajaran Islam sangat penting artinya dan sangat mempengaruhi keberhasilan tablighnya. Muballigh yang hanya pandai berkata tetapi tidak memberi teladan atau contoh niscaya akan diremehkan oleh jama'ah dan pada akhirnya akan merusak citra dirina, bahkan Muballigh secara keseluruhan, dan juga citra persyarikatan. Allah SWT berfirman:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا
اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿١١﴾

Artinya: Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap

(rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah. (QS. al-Ahzab: 21).

أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ
الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴿٤٤﴾

Artinya: Mengapa kamu suruh orang lain (mengerjakan) kebaktian, sedang kamu melupakan diri (kewajiban) mu sendiri, padahal kamu membaca Al Kitab (Taurat)? Maka tidaklah kamu berpikir? (QS. al-Baqarah [2]: 44).

E. Dai harus mempunyai kejujuran dalam menyampaikan dakwahnya

Seorang dai harus selalu amanah dan jujur, walaupun dengan amanah itu kepentingan diri atau persyarikatan dirugikan. Oleh karena itu apabila seorang muballigh terpaksa tidak menyampaikan sesuatu, hal itu dilakukannya bukan karena menyembunyikan sesuatu kebenaran, tapi hanya saat menampaikannya yang belum tepat. Allah SWT berfirman:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ
بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ
اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat. (QS. An-Nisaa [4]: 58).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا ءَمَنَاتِكُمْ
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu Mengetahui. (QS. al-Anfal: 27).

وَالَّذِينَ هُمْ لِءَمْنَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ ﴿٨﴾

Artinya: Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya. (QS. al-Mukminun: 8).

Dalam sebuah hadis yang diriwayatkan dari Abdullah Ibn Umar Rasulullah SAW bersabda:

Artinya : “ Sesungguhnya Nabi SAW telah bersabda : “Ada empat hal yang barang siapa terdapat pada dirinya empat hal tersebut, ia menjadi seorang munafiq murni dan barang siapa terdapat pada dirinya hanya salah satu di antaranya, pada dirinya ada unsure kemunafikan, sampai ia meninggalkan (membuangnya). Ke empat hal itu ialah : Apabila ia dipercaya, ia khianat, apabila berbicara, ia berdusta, apabila berjanji, ia mungkir, dan apabila ia berselisih, ia licik/curang. (HR. Bukhari dan Muslim).

Bab III

STRATEGI DAN LANGKAH

A. Dakwah untuk Komunitas Virtual

1. Karakteristik Komunitas Virtual

Dunia telah berubah, perkembangan teknologi menyajikan perubahan yang begitu pesat dalam ritme dan pola kehidupan. Interaksi sosial budaya sekarang ini tidak hanya terjadi dalam kehidupan real sehari-hari. Teknologi telah menghadirkan dunia baru yaitu dunia maya (*virtual world*) melalui media internet. Pada tahun 2013, Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna internet tertinggi di dunia. Meskipun memiliki tingkat penetrasi yang lebih rendah dari rata-rata di Asia Pasifik, yaitu sebesar 28 persen, jumlah pengguna internet mencapai 82 juta dari 250 juta penduduk Indonesia yang aktif menggunakan internet.

Menurut data APJII (Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia), tahun 2015 akan menjadi tonggak sejarah bagi

perkembangan internet di Indonesia dengan perkiraan yang akan menembus hingga angka 139 juta. Hasil survey dunia menunjukkan bahwa 77 persen dari pemuda-pemudi Indonesia usia 13 hingga 24 tahun ingin tersambung ke internet dimanapun mereka berada. Jumlah ini lebih banyak daripada mereka yang berada di negara maju seperti Amerika Serikat atau Perancis. Selain itu, 69 persen responden di kelompok usia yang sama juga setuju dengan pernyataan bahwa mereka akan merasa kehilangan jika tidak menggunakan media sosial. Orang Indonesia yang pengguna internet secara aktif, rata-rata menghabiskan waktu di internet lebih dari lima jam per hari, melebihi Australia dan China.

Hampir setengah dari waktu mereka digunakan untuk mengakses media sosial dan aplikasi ponsel. Saat ini facebook adalah jejaring sosial paling populer di Indonesia dengan 48 juta pendaftar. Banyak orang Indonesia yang mengakses internet secara rutin melalui ponsel mereka. Perkiraan populasi yang mengakses dari ponsel di Indonesia adalah sebanyak 32,9 persen di tahun 2015. Google android menempati urutan pertama di pasar sistem operasi ponpin (telepon pintar) dengan bangsa pasar sebesar 66 persen, diikuti oleh Nokia Series 40 dan Blackberry. Salah satu fungsi ponpin yang paling sering digunakan di kalangan pemuda-pemudi Indonesia adalah download aplikasi.

Indonesia berada di peringkat pertama di pasar ponsel global dengan tingkat download aplikasi tertinggi di kuartal ketiga tahun 2014, dengan estimasi 6 aplikasi per kapita yang didownload. Kegiatan lainnya adalah layanan chat yang memungkinkan penggunaanya untuk bertukar teks, audio dan video. Tingkat penetrasi aplikasi WhatsApp

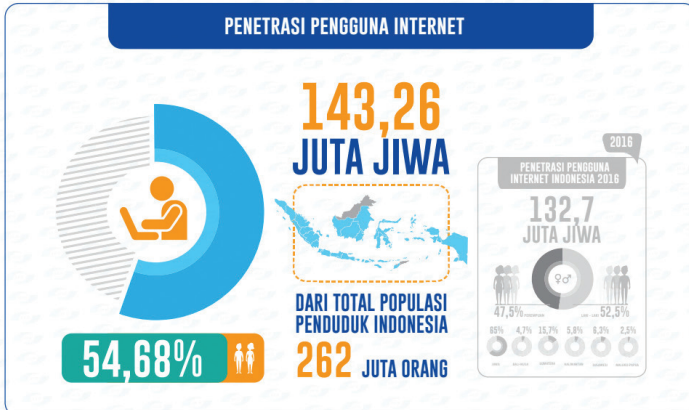
di Indonesia adalah sebanyak 54 persen, dan aplikasi Line mencapai 33 juta pengguna di Indonesia, yang menjadikannya pasar terbesar ketiga.

Dalam konteks dakwah, realitas baru ini mengharuskan Muhammadiyah, sebagai garda depan gerakan dakwah dan gerakan *civil society* untuk mengubah *mindset* dan melakukan berbagai terobosa. Kini, aktivitas dakwah amar makruf nahi munkar tak cukup hanya dilakukan melalui kehidupan real sehari-hari. Dunia maya dengan berbagai kompleksitasnya harus juga menjadi perhatian dakwah Muhammadiyah.

Salah satu hal pokok yang harus diperhatikan dan dipahami sebelum memasuki komunitas virtual sebagai obyek dakwah adalah pemahaman atas karakteristik komunitas virtual. Hal ini dimaksudkan agar dakwah yang kita lakukan tepat sasaran. Pemahaman atas peta pengguna internet ini akan memudahkan para dai dalam membuat strategi dan media yang selaras dengan para pengguna internet tersebut. Hal ini sebagaimana terdapat dalam firman Allah:

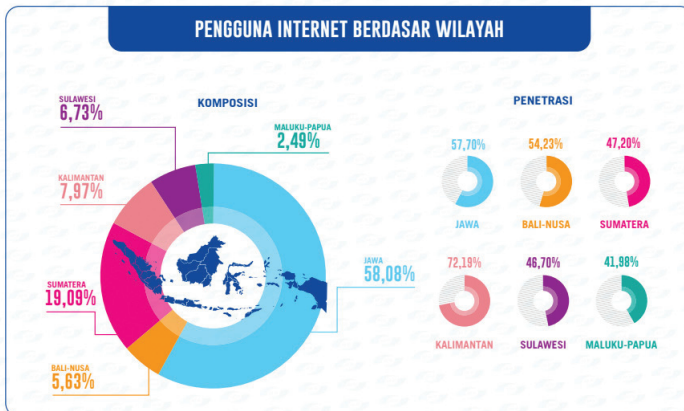
Kami tidak mengutus seorang rasulpun, melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya ia dapat memberi penjelasan dengan terang kepada mereka. Maka Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dan Dialah Tuhan Yang Maha Kuasa lagi Maha Bijaksana. (QS. Ibrahim [14]: 4).

Berikut ini beberapa karakteristik pengguna internet hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2017 tentang penetrasi dan perilaku pengguna internet.



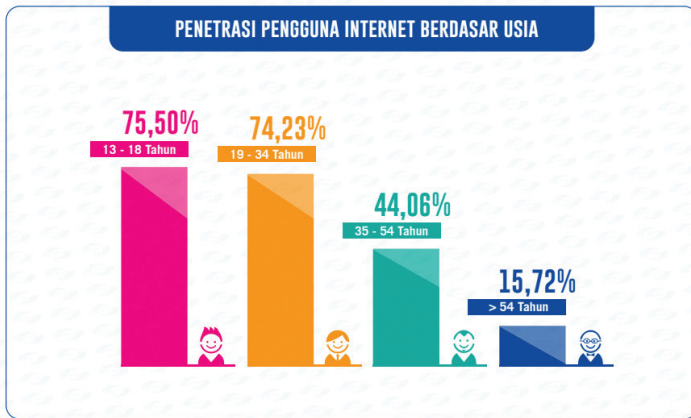
Gambar 1
Penetrasi Pengguna Internet

Dari total penduduk Indonesia sebanyak 262 juta jiwa terdapat 143,26 juta jiwa pengguna internet atau 54,68% yang menggunakan internet. Jumlah ini terus meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan meningkatkan perkembangan teknologi yang semakin massif.



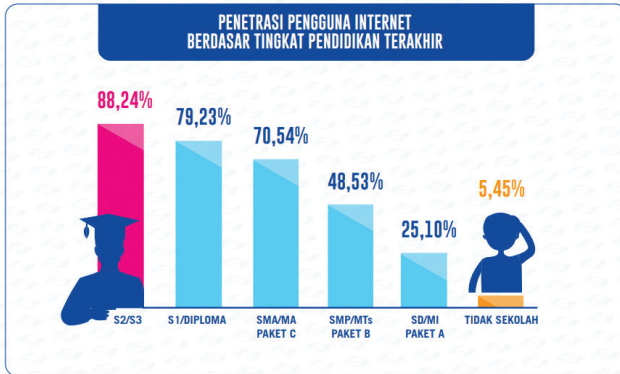
Gambar 2
Pengguna Internet Berdasarkan Wilayah

Berdasarkan data di atas maka kita dapat melihat bahwa pengguna internet terbesar terdapat di pulau Jawa, kemudian Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali-Nusa Tenggara, Maluku-Papua. Daerah-daerah ini dapat menjadi pertimbangan utama target dakwah kita agar dakwah yang kita lakukan efektif dan tepat sasaran.



Gambar 3
Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Usia

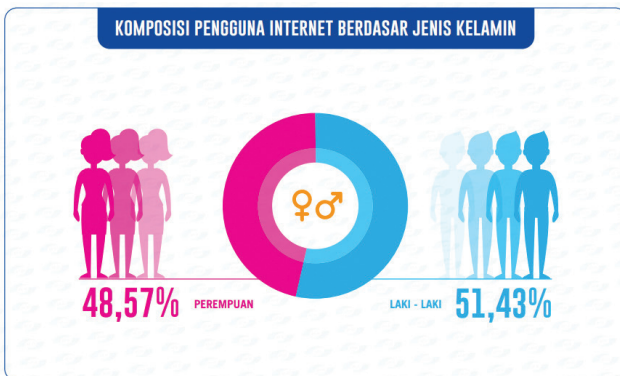
Pada dasat di atas tertera intesitas penggunaan internet secara berurutan adalah: usia 13-18 tahun, usia 19-34 tahun, 35-54 tahun, dan di bawah 54 tahun. Terlihat bahwa pengguna internet mayoritas adalah usia remaja.



Gambar 4

Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Tingkat Pendidikan

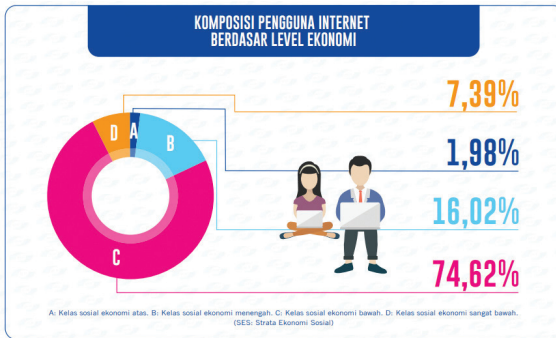
Pada diagram di atas terlihat bahwa penetrasi/tingkat intensitas pengguna internet secara berurutan dari yang paling tinggi sampai yang paling rendah adalah: tingkat S2, tingkat s1/Diploma, tingkat SMA/MTs, tingkat SD/MI, dan tidak sekolah. Terlihat bahwa makin berpendidikan makin intens dalam menggunakan internet.



Gambar 5

Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Jenis Kelamin

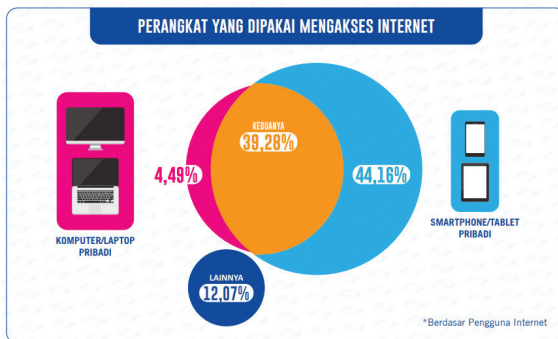
Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa laki-laki lebih banyak yang mengakses internet daripada perempuan. Namun demikian jumlahnya tampaknya tak terpaut jauh.



Gambar 6

Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Level Ekonomi

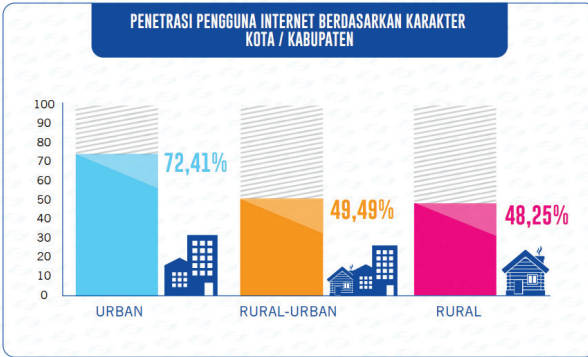
Gambar di atas menunjukkan bahwa tingkat ekonomi mempengaruhi tingkat penggunaan media internet. Secara berurutan dari yang teratas hingga terendah adalah: ekonomi kelas atas, ekonomi kelas menengah, ekonomi kelas bawah, dan ekonomi sangat bawah.



Gambar 7

Persentase Kepemilikan Perangkat

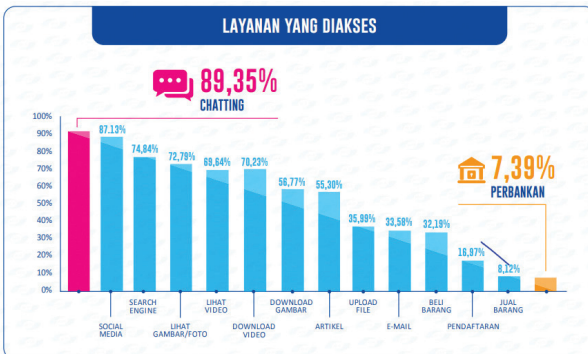
Berdasarkan gambar di atas bahwa kebanyakan masyarakat mengakses internet melalui handphone/smartphone. Hal ini dapat menjadi pertimbangan misalnya agar design web yang kita buat seharusnya mobile friendly.



Gambar 8

Prosentase Pengguna Internet Berdasarkan Karakter Kota

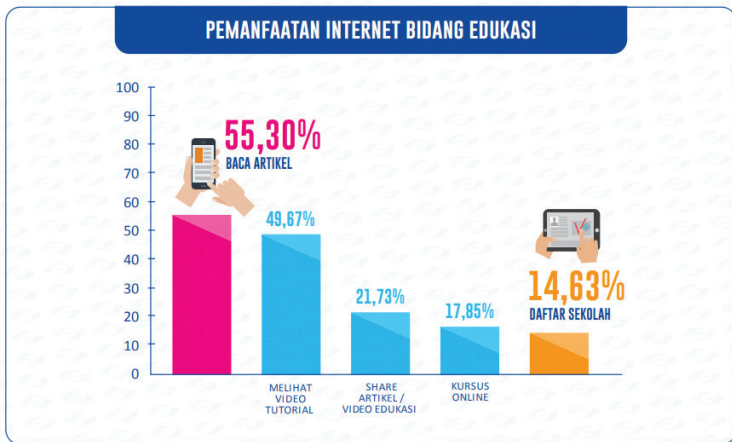
Gambar di atas menunjukkan bahwa pengguna internet banyak didominasi oleh kalangan urban, kemudian rural urban, dan urban.



Gambar 9

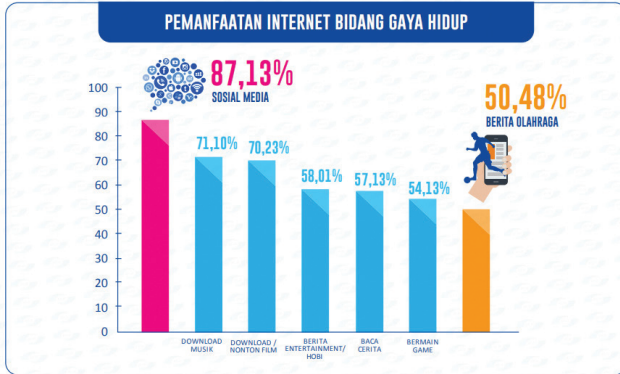
Jumlah Akses Layanan

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa layanan yang sering dipakai secara berurutan dari yang tertinggi hingga terendah adalah: chatting, search engine, lihat gambar/foto, lihat video, download video, artikel, email, beli barang, pendaftaran, jual barang, dan perbankan.



Gambar 10
Pemanfaatan Internet Bidang Pendidikan

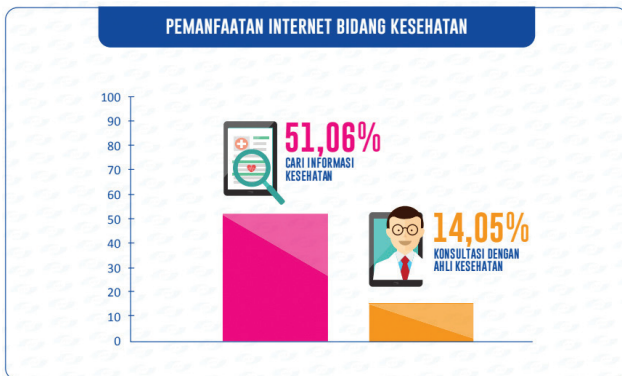
Gambar di atas menunjukkan bahwa pemanfaatan internet khusus bidang pendidikan secara berurutan dari yang tertinggi sampai yang terendah adalah: baca artikel, melihat video tutorial, share artikel/video tutorial, kursus online, dan daftar sekolah.



Gambar 11

Pemanfaatan Internet Berkenaan dengan Gaya Hidup

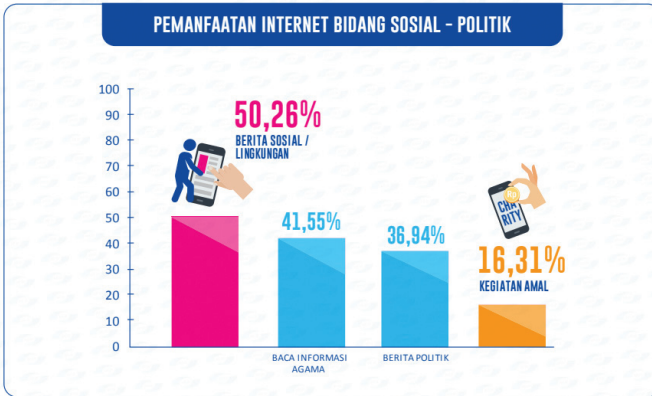
Gambar di atas menunjukkan bahwa pemanfaatan internet berkenaan dengan gaya hidup secara berurutan dari yang tertinggi sampai yang terendah adalah: sosial media, download musik, download/nonton film, berita entertainment, baca cerita, bermain game, dan baca berita oleh raga.



Gambar 12

Pemanfaatan internet Bidang Kesehatan

Gambar di atas menunjukkan bahwa pemanfaatan internet bidang kesehatan secara berurutan dari yang tertinggi sampai yang terendah adalah: cari informasi kesehatan, kemudian disusul konsultasi dengan ahli kesehatan.



Gambar 13
Pemanfaat Internet Bidang Sosial – Politik

Gambar di atas menunjukkan bahwa pemanfaatan internet bidang sosial politik secara berurutan dari yang tertinggi sampai yang terendah adalah: berita sosial/lingkungan, baca informasi agama, berita politik, dan kegiatan amal. Informasi agama ternyata menempati nomor urut kedua. Hal ini tentunya harus menjadi perhatian serius bagi para dai untuk mengembangkan model dan strategi dakwah melalui dunia maya.

Beberapa karakteristik penggunaan internet di atas dapat dijadikan petunjuk awal saat kita akan melakukan dakwah kepada komunitas virtual. Dai bisa merancang program dan sasaran dakwah yang relevan dengan obyek dakwah (*mad'u*). Dengan demikian, dakwah yang kita lakukan diharapkan tepat sasaran dan mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Pengelolaan Media

Pengelolaan *website* dibagi dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) *Website* utama dan *Youtube* hanya dikelola oleh LDK PP Muhammadiyah. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga kontinuitas dan kualitas konten dan mempercepat *traffic* jamaah.
- 2) Akun media sosial dikelola masing-masing LDK di setiap tingkatan serta para dai komunitas virtual dengan ketentuan nama akun sebagai berikut:
 - a) LDK pimpinan pusat menggunakan nama: LDKPPMuhammadiyah.
 - b) LDK wilayah dan daerah menggunakan nama: LDKPWM (tambah nama wilayah. Contoh: LDKPWMJakarta, LDKPDMJakarta Timur.
 - c) Untuk dai menggunakan nama dai diikuti “LDK” (Contoh misal dai bernama Arifin, maka akunnya: ArifinLDK.
- 3) Semua *website* dan akun medsos dibuat link di *website* LDK pusat.

3. Media yang Digunakan

a. Dakwah Menggunakan *Website*

Kapan menggunakan media jenis ini?

- 1) Jika materi dakwah terutama berupa tulisan panjang.
- 2) Jika materi dakwah meliputi banyak media yang ingin dikompilasikan dalam satu wadah.
- 3) Jika ingin membangun pangkalan dakwah yang profesional.

Langkah-langkah

- 1) Menyewa hosting dan membeli domain, atau pakai gratisan
(www.blogspot.com, www.wordpress.com, www.kompasiana.com)
- 2) Mendesain *website* sesuai orientasi dakwah.
- 3) Menulis, mengisi materi dakwah.
- 4) Mengundang jamaah (daftarkan *website* ke google, beri kata kunci yang relevan, beri link, materi berkualitas, rutin menulis, pasang kata kunci yang tepat, pink (www.pingomatic.com), *share* link ke medsos).
- 5) Pasang platform galang dana dakwah (*fundraising*).
- 6) Daftar google adsense.

b. Dakwah Menggunakan Youtube

Kapan menggunakan media jenis ini?

- 1) Jika konten berupa video.
- 2) Jika tidak terampil menulis.

Langkah-langkah

- 1) Daftar email google.
- 2) Mendesain akun.
- 3) Mengisi materi (membuat video, posting).
- 4) Aktif like dan comment di akun orang lain.
- 5) Pasang platform galang dana dakwah (*fundraising*).
- 6) Daftar google adsense.

c. Dakwah Menggunakan Facebook

Kapan menggunakan facebook?

- 1) Jika ingin menjangkau semua lapisan usia.
- 2) Jika materi terutama tulisan pendek atau share link.

- 3) Jika ingin dengan banyak media (link, teks, gambar, video).
- 4) Jika ingin join banyak grup dengan mudah.

Langkah-langkah

- 1) Daftar akun facebook.
- 2) Membuat fanspage.
- 3) Promosikan fanspage.
- 4) Aktif posting.
- 5) Aktif respon.
- 6) Aktif like.
- 7) Aktif add friend
- 8) Aktif konfirmasi friend.
- 9) Join grup yang relevan.
- 10) Pasang platform galang dana dakwah (*fundraising*).

d. Dakwah Menggunakan Twitter

Kapan menggunakan twitter

- 1) Jika sasaran dakwah usia muda (18-35).
- 2) Jika konten dakwah singkat dan santai.
- 3) Jika berupa share link.
- 4) Jika ingin join banyak grup dengan mudah.

Langkah-langkah

- 1) Daftar akun twitter
- 2) Aktif tweet.
- 3) Aktif reply.
- 4) Aktif like.
- 5) Aktif follow.
- 6) Join grup yang relevan.
- 7) Pasang platform galang dana dakwah (*fundraising*).

e. Dakwah Menggunakan Instagram

Kapan menggunakan instagram?

- 1) Jika materi terutama berupa gambar/foto atau video pendek.
- 2) Jika usia sasaran muda (di bawah 45 tahun).
- 3) Jika ingin dakwah dengan siaran langsung (*live*).

Langkah-langkah

- 1) Daftar akun instagram.
- 2) Aktif posting.
- 3) Aktif comment.
- 4) Aktif like.
- 5) Aktif add friend.
- 6) Pasang platform galang dana dakwah (*fundraising*).

f. Dakwah Menggunakan Google Plus

Kapan menggunakan google plus?

- 1) Jika ingin cepat diindek di *search engine*.
- 2) Jika materi terutama tulisan pendek atau *share link*.
- 3) Jika ingin dengan banyak media (link, teks, gambar, video).
- 4) Jika ingin join banyak grup dengan mudah.

Langkah-langkah

- 1) Daftar email google.
- 2) Aktif posting.
- 3) Aktif comment.
- 4) Aktif like.
- 5) Aktif add friend.
- 6) Join grup yang relevan.
- 7) Pasang platform galang dana dakwah (*fundraising*).

4. Langkah-langkah Pelaksanaan

a. Pra pelaksanaan

1) Rekrutmen

Pada tahap ini LDK sebagai penanggungjawab mendata atau melakukan rekrutmen dai yang akan terlibat dalam dakwah virtual. LDK membuat form *online* dan dai yang bersangkutan mendaftarkan diri secara *online*. Adapun beberapa kriteria dai tersebut adalah:

- 1) Beragama Islam, diutamakan kader Muhammadiyah.
- 2) Berusia minimal 17 tahun.
- 3) Berkelakuan baik.
- 4) Jujur dan bertanggungjawab.
- 5) Dapat mengoperasikan komputer (diutamakan blogger).
- 6) Siap mentaati aturan dai virtual.

Setelah seluruh data masuk kemudian LDK penanggungjawab melakukan seleksi dan mengumumkan daftar nama-nama dai yang terverifikasi dan diterima sebagai DAVIM (Dai Virtual Muhammadiyah).

2) Pelatihan

Calon dai yang dinyatakan lulus seleksi selanjutnya harus mengikuti Pelatihan Dai Virtual yang diadakan oleh LDK penanggungjawab. Pelatihan bisa dilakukan secara *offline* maupun *online*, tergantung kesiapan dan situasi kondisi. (*Silabus pelatihan terlampir*).

b. Saat Pelaksanaan

Pada tahap ini LDK Penanggungjawab melakukan monitoring dan evaluasi terhadap aktivitas dai, meliputi:

- 1) Memastikan setiap dai telah membuat 1 (satu) akun media sosial yang ia pilih.
- 2) Memastikan bahwa dai telah paham cara membuat dan mengelola akun tersebut.
- 3) Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap aktivitas dalam mengelola akun masing-masing.
- 4) Membantu kesulitan yang dihadapi dai.
- 5) Melaporkan kegiatan baik aktivitas dakwah maupun kegiatan koordinasi kepada LDK pusat secara *online* (posting di *website* langsung atau mengirim *soft copy* ke redaktur).

c. Setelah Pelaksanaan

1) Pelaporan.

Laporan yang dimaksud adalah liputan kegiatan dakwah para dai, atau aktivitas dai di medsos dan tulisan/video yang dikirimkan dai kepada LDK Penanggungjawab untuk kemudian oleh LDK dimaksud diposting di website www.ldkmu.com atau dikirim file-nya ke redaktur.

2) Evaluasi.

Evaluasi dilakukan sesuai dengan kondisi. Namun setidaknya 2 kali dalam setahun. Evaluasi dibuat santai, misalnya jumpa darat sambil ngopi bareng dan membicarakan/sharing aktivitas dakwah

online. Bisa juga sambil diadakan pelatihan atau kunjungan ke tempat yang relevan. Misalnya ke Kampung Blogger Magelang.

B. Dakwah untuk Kalangan Atas

1. Karakteristik Kalangan Atas

Dalam Tanfisd Muktamar Muhammadiyah ke-47 di Makasar memutuskan untuk mengembangkan Dakwah komunitas di kalangan masyarakat atas. Masyarakat kelas atas memiliki beberapa ciri, diantaranya, pertama, kemampuan ekonomi dan profesi yang tinggi. Kedua, pendidikan dan tingkat intelektual yang tinggi. Ketiga, kedudukan dan status sosial yang tinggi. Keempat, kemampuan menguasai akses ekonomi, politik, dan budaya. Dengan demikian kelompok atas sangat berpengaruh sebagai *rulling class* dan terhormat di tengah masyarakat.

Dari sudut perilaku sosial dan keagamaan kelas atas memiliki tiga karakteristik. Pertama, tingkat kemandirian yang tinggi. Dengan itu mereka cenderung tidak terikat dan tidak mau terikat dengan organisasi-organisasi. Kesibukan waktu membuat mereka belajar agama dengan privat, atau melalui media modern seperti televisi, buku, internet dan lain-lain. Kedua pemikiran dan perilaku agama yang kritis. Kelompok ini melek informasi dan berwawasan luas. Mereka cenderung inklusif dan tidak terikat dengan faham atau organisasi keagamaan tertentu, termasuk kecenderungan ini adalah ketertarikan kepada faham-faham baru yang mampu memberikan solusi teologis, ritual dan spiritual yang tidak mampu diberikan oleh faham atau organisasi keagamaan yang mapan. Sebagian dari komunitas atas tergolong kelompok

spiritualis dan skriptualis yang menjadikan agama sebagai jalan rohani untuk memberikan ketenangan jiwa ditengah berbagai tekanan pekerjaan dan kehidupan. Diantara mereka cenderung beragama secara tekstualis yaitu memahami dan mengamalkan Al-Qur'an dan As-Sunnah secara sempit dan kaku.

Ketiga, kebutuhan akan pengakuan status yang diekspresikan melalui berbagai perilaku sosial-keagamaan seperti kedermawanan, jabatan publik dan apresiasi non-material. Karena faktor strategi, profesionalisme, perilaku keagamaan, dan pencitraan media atau opini publik, kelompok kelas atas tampaknya lebih banyak berafiliasi dengan organisasi dan faham keagamaan diluar Muhammadiyah. Keempat, kebutuhan akan spiritualitas baru. Diantara komunitas atas mengalami "*lost of soul*" (kekeringan ruhani) akibat dari kemakmuran yang berlebih dan gaya hidup yang serba materi dan mekanik. Kelompok ini sebagian mengalami "*spiritual laundering*" yakni melakukan hidup "zuhud" atau "dermawan" untuk menebus atau melakukan kamufase atas "dosa" yang mereka lakukan, yang tidak jarang sikap keagamaannya cenderung ekstrim.

Dakwah bagi komunitas atas harus memadukan antara peneguhan dan pencerahan yang dikemas secara lebih baru atau tidak konvensional. Dakwah kepada komunitas ini harus lebih kreatif dan inovatif dengan kemasan dan gaya bahasa yang sesuai dengan gaya hidup mereka. Pengajian-pengajian harus dikemas lebih menarik dengan diberi cover dan nama yang terkesan elitis dan diadakan sesuai dengan status sosial mereka.

2. Tujuan

Tujuan dakwah untuk kalangan atas adalah:

- 1) Memberikan ruang sosialisasi diri dan aktualisasi diri.
- 2) Memberikan tuntunan keagamaan dalam menjalankan kehidupan nyata.
- 3) Memberikan sentuhan spiritual kepada nurani komunitas yang tengah dihinggap oleh penyakit kegersangan spiritual, pemikiran yang sekular, kehidupan yang hedonis, sehingga menjadi kepribadian yang hanif.
- 4) Menumbuhkan soliditas dan solidaritas sebagai wujud ukhuwwah islamiyah di kalangan komunitas.

3. Target

Target dakwah kalangan atas adalah:

- 1) Terbentuknya kelompok pengajian rutin, jamaah tetap yang dikelola secara profesional dengan memanfaatkan tempat-tempat yang sesuai dengan selera jamaah pengajian.
- 2) Tersusunnya manual kegiatan pengajian komunitas, susunan materi pengajian, nara sumber pengajian, manajemen dan administrasi pengajian, yang bersifat sentuhan spiritual.
- 3) Terbangunnya kesadaran spiritual jamaah yang terimplementasikan dalam pelaksanaan ibadah *mahdhah* sehari-hari.
- 4) Terselenggaranya gerakan sosial dan kemanusiaan yang memberikan peran dan aktualisasi diri kepada jamaah pengajian, dengan memberikan pemberitaan yang proporsional ke media massa dan media sosial;

4. Strategi dan Langkah-langkah Pelaksanaan

- a. Sebelum Pelaksanaan
 - 1) Mengidentifikasi jejaring sosial Muhammadiyah di kalangan elite.
 - 2) Mengidentifikasi kalangan elit yang mempunyai kedekatan ideologis, kultural dengan Muhammadiyah.
 - 3) Membuat proposal konseptual dakwah komunitas terhadap lembaga tersebut.
 - 4) Menawarkan paket kegiatan dakwah komunitas kepada pihak berwenang pada lembaga yang dituju, dengan melakukan silaturahmi, audensi, dan pendekatan lain.
 - 5) Melakukan pelatihan dai sesuai dengan karakteristik komunitas. (*Silabus Terlampir*).
- b. Saat Pelaksanaan
 - 1) Menyusun struktur kepengurusan pengajian.
 - 2) Menyusun program jangka pendek, menengah, dan jangka panjang.
 - 3) Membuka pengajian (*lounching*) dengan menghadirkan tokoh, selebritis tertentu.
 - 4) Paket materi pengajian dikemas dengan pendekatan multi media secara inovatif, dengan bahasa yang lebih komunikatif dan artikulatif.
 - 5) Menyusun jadwal kegiatan, kajian, nara sumber dan tempat kegiatan.
 - 6) Pengajian direkam dan dibuat video.
- c. Setelah Pelaksanaan
 - 1) Dai membuat laporan tertulis (reportase) dan rekaman youtube kemudian di posting di akun medsos LDK bersangkutan dan dikirmkan ke

LDK pusat sebagai leporan.

- 2) LDK penanggungjawab melakukan evaluasi pelaksanaan dakwah setidaknya 2 kali dalam setahun.

C. Dakwah untuk Komunitas Marginal

1. Karakteristik Komunitas Marginal

Kelompok masyarakat menengah ke bawah (*lower middle-class*) sebagai subjek dakwah memiliki karakteristik; memiliki ekonomi rentan, setiap saat kelompok ini rentan dalam kemiskinan. Mereka ini, adalah buruh, buruh tani, nelayan, pedagang kecil, pengrajin dan pegawai rendahan. Sikap keberagaman kelompok ini, mistikal, sinkretik. Perilaku kelompok ini lebih pragmatis.

Pendekatan dakwah yang perlu dilakukan terhadap kelompok ini adalah pendekatan humanistik, merakyat dengan materi-materi yang mudah dipahami, sesuai dengan kebutuhan dan problematika kehidupan sehari-hari. Modul ini diperuntukkan untuk pengelola dakwah komunitas kalangan marginal dengan pendekatan humanistik, dapat dikembangkan lagi dengan beberapa modul, sesuai dengan materi dan tempat masing-masing. Indikator, tujuan dan strategi serta materi dakwahnya diuraikan dalam modul sebagai berikut.

2. Tujuan

- 1) Menggembirakan, menghibur dan memberikan tuntunan keagamaan dalam menjalankan kehidupan nyata.
- 2) Membangkitkan semangat dalam bekerja untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga.

- 3) Menumbuhkan soliditas dan solidaritas sebagai wujud ukhwah islamiyah dikalangan komunitas.

3. Target

- 1) Terbentuknya kelompok pengajian rutin, jamaah tetap yang dikelola secara profesional dan mandiri.
- 2) Tersusunnya manual kegiatan pengajian komunitas; susunan materi pengajian, nara sumber pengajian, manajemen dan administrasi pengajian.
- 3) Terselenggaranya gerakan sosial kemanusiaan sebagai implementasi ukhwah Islamiyah pada skala komunitas.

4. Strategi dan Langkah Pelaksanaan

a. Sebelum Pelaksanaan

- 1) Mengidentifikasi jejaring sosial Muhammadiyah di kalangan masyarakat bawah.
- 2) Mengidentifikasi kalangan masyarakat marginal, buruh, nelayan dan pedagang asongan yang mempunyai kedekatan ideologis, kultural dengan Muhammadiyah;
- 3) Membuat proposal pemberdayaan sosial dan pengembangan konseptual dakwah komunitas terhadap masyarakat untuk dikirim kepada mitra dakwah.
- 4) Mengidentifikasi masalah masyarakat marginal.
- 5) Melakukan pemberdayaan sosial.
- 6) Melakukan pelatihan dai sesuai dengan karakteristik komunitas. (*Silabus Terlampir*).

b. Saat Pelaksanaan

- 1) Menyusun struktur kepengurusan pengajian;
- 2) Menyusun program jangka pendek, menengah

- dan panjang.
- 3) Membuka pengajian (*lounching*) dengan menghadirkan beberapa tokoh yang peduli sosial.
 - 4) Paket materi pengajian dikemas dengan pendekatan multi media secara inovatif, dengan bahasa yang lebih komunikatif dan artikulatif.
 - 5) Menyusun jadwal kegiatan, kajian, nara sumber dan tempat kegiatan secara berkala.
 - 6) Menyusun jadwal kegiatan, kajian, nara sumber dan tempat kegiatan.
 - 7) Pengajian direkam dan dibuat video.
- c. Setelah Pelaksanaan
- 1) Dai membuat laporan tertulis (reportase) dan rekaman youtube kemudian di posting di akun medsos LDK bersangkutan dan dikirmkan ke LDK pusat sebagai leporan.
 - 2) LDK penanggungjawab melakukan evaluasi pelaksanaan dakwah setidaknya 2 kali dalam setahun.

D. Dakwah untuk Masyarakat Pedalaman

1. Karakteristik Masyarakat Pedalaman

Masyarakat suku terdalam seringkali kurang mendapat perhatian dari banyak pihak, secara personal maupun kelembagaan, secara formal maupun non formal. Termasuk mereka juga kurang mendapat perhatian dari para pendakwah (dai). Akibatnya, mereka terpinggirkan dan tidak mempunyai akses terhadap pembangunan, baik yang bersifat material maupun non material. Mereka juga tidak mempunyai akses terhadap pendidikan, terutama pendidikan agama dimana hal

ini menjadi bagian yang vital dalam kehidupan.

Tak mudah memang berdakwah di daerah semacam ini. Butuh tekad dan militansi di atas rata-rata disertai dengan kesiapan untuk berkorban dan komitmen perjuangan. Kendala inilah kemudian yang membuat para dai tidak mampu bahkan enggan turun di daerah semacam ini. Kondisi ini kemudian dimanfaatkan pihak lain dengan berbagai kepentingan mereka baik yang bersifat materialistis maupun ideologis. Disadari bahwa daerah semacam ini biasanya adalah daerah miskin yang mudah dijadikan sasaran “proyek tertentu”. Pihak lain yang sering menyasar daerah ini adalah para misionaris yang membawa misi kristeniasi.

Hal inilah kemudian yang menggugah Muhammadiyah untuk melakukan dakwah di daerah pedalaman. Melalui Lembaga Dakwah Khusus Pimpinan Pusat Muhammadiyah (LDK-PPM) Muhammadiyah bekerjasama dengan berbagai pihak untuk mengkoordinir para dai dan diturunkan di daerah ini. Disadari bahwa dalam melaksanakan tugasnya, LDK-PPM menghadapi sasaran garapan yang cukup berat. Di samping adanya medan tugas yang jauh dan sulit dijangkau seperti daerah-daerah terpencil atau daerah-daerah pedalaman, daerah perbatasan negara, masyarakat yang dihadapinya juga tergolong dalam kondisi terbelakang. Untuk itulah dukungan dari berbagai pihak sangat diharapkan demi terlaksana dan suksesnya misi ini.

2. Langkah-langkah Pelaksanaan

a. Rekrutmen

1. umum

- 1) Beragama Islam, diutamakan kader Muhammadiyah.

- 2) Berumur minimal 19 tahun dan maksimal 40 tahun.
 - 3) Sehat jasmani dan rohani.
 - 4) Berkelakuan baik.
 - 5) Jujur dan bertanggungjawab.
2. Persyaratan khusus
- 1) Pendidikan minimal SLTA atau sederajat.
 - 2) Mempunyai pengetahuan dasar-dasar Islam sesuai dengan spirit Islam berkemajuan.
 - 3) Peserta direkrut dari dan merupakan utusan dari struktur Muhammadiyah
 - 4) Siap menetap di lokasi yang telah ditentukan (khusus dai pedalaman).
 - 5) Telah mengikuti pelatihan dai yang diadakan oleh LDK.
 - 6) Lulus dari seleksi yang diadakan oleh LDK.
3. Kelengkapan administrasi
- 1) Mengisi form kesediaan
 - 2) Daftar riwayat hidup.
 - 3) Salinan/foto copi ijazah terakhir dari pendidikan yang pernah diikuti.
 - 4) Foto copi KTP.
 - 5) Surat keterangan sehat dari dokter.
 - 6) Surat kelakuan baik.
 - 7) Menandatangani surat kontrak.
 - 8) Pas foto terbaru.
 - 9) Surat rekomendasi dari pimpinan Muhammadiyah setempat.
- b. Penyeleksian
- Alur penyeleksian dai dilaksanakan sebagai berikut:
- 1) Setiap surat permohonan (lamaran) yang masuk

diperiksa apakah memenuhi persyaratan yang telah ditentukan.

- 2) Pemeriksaan dilakukan oleh petugas yang disertai tugas oleh LDK.
- 3) Surat permohonan (lamaran) yang tidak memenuhi persyaratan, dijawab dengan surat kepada pendaftar (pelamar) yang bersangkutan, bahwa lamarannya tidak memenuhi persyaratan administrasi.
- 4) Surat permohonan (lamaran) yang memenuhi persyaratan administrasi disusun dan di daftar secara tertib dan kepada yang bersangkutan diadakan pemanggilan guna dilakukan penyelesaian lebih lanjut.

c. Pelatihan

Pemohon yang telah memenuhi persyaratan sebagai tersebut di atas, diberikan kesempatan untuk diseleksi melalui suatu kegiatan pemantauan calon dai. Dan calon dai yang telah lulus dari seleksi tersebut, dapat mengikuti latihan dai yang diadakan oleh Lembaga Dakwah Khusus sebagai syarat utama dan pertama bagi calon-calon dai khusus. Latihan tersebut bertujuan untuk meningkatkan dan memantapkan kesiapan, kesiapan dan kemampuan melaksanakan tugas dan fungsinya sebagai dai. (*Silabus Terlampir*).

d. Penempatan Tugas

1. Survei lokasi

Sebelum melaksanakan tugas, dai melakukan survey lokasi, baik secara langsung maupun melalui berbagai saluran informasi. Informasi ini sangat penting untuk mengetahui karakteristik

geografis maupun sosiologis komunitas sehingga nantinya dai dapat beradaptasi dan dapat menentukan program dakwah yang akan ia laksanakan.

2. Membuat design program

Tahap selanjutnya adalah membuat design program. Desain program dakwah dibuat atas dasar pertimbangan utama atas hasil survey lokasi. Desain program dakwah disesuaikan dengan karakteristik geografis dan sosiologis komunitas (mad'u). Kesesuaian ini diharapkan menjadi jalan pembuka bagi keberhasilan dakwah di daerah tersebut.

3. Pelaksanaan dakwah

Selanjutnya adalah pelaksanaan dakwah. Dai menuju ke tempat komunitas dan berdiam di sana selama 1 tahun. Pelaksanaan dakwah ini pada dasarnya adalah pelaksanaan rancangan/design dakwah yang telah dibuat sebelumnya. Disamping *take actin* pelaksanaan dakwah, hal penting lain yang harus dilakukan dai adalah membuat catatan dakwah dan dokumentasi (foto/video). Catatan ini sangat penting disamping sebagai rekam jejak jalan dakwah juga sebagai bahan pembuatan laporan pertanggungjawaban.

4. Membuat Laporan

Dai membuat laporan tertulis (reportase) dan rekaman youtube kemudian di posting di akun medsos LDK bersangkutan dan dikirmkan ke LDK pusat sebagai leporan.

5. Evaluasi

LDK penanggungjawab melakukan evaluasi pelaksanaan dakwah setidaknya 2 kali dalam setahun.

Bab III

PENUTUP

Panduan ini dibuat untuk membantu memudahkan pelaksanaan dakwah khusus. Panduan ini bukan satu-satunya panduan sehingga bagi LDK di tingkat wilayah juga diperkenankan membuat panduan tersendiri atau menyempurnakan panduan ini. Semoga dakwah *amar makruf nahi munkar*, tugas mulia yang kita embangsemakin hari semakin baik sehingga tercapai tujuan utama Muhammadiyah yaitu terbentuknya masyarakat Islam yang sebenar-benarnya. Semoga Allah SWT senantiasa memberi pertolongan dan kemenangan.

Lampiran

Silabus Pelatihan Dai

SILABUS PELATIHAN DAI KOMUNITAS VIRTUAL

KOMPETENSI

- a) Peserta memahami dasar-dasar Islam sesuai spirit Islam berkemajuan.
- b) Peserta memahami karakteristik komunitas virtual.
- c) Peserta mampu menggunakan web dan media sosial sebagai media dakwah.
- d) Peserta memahami teknik mencari dana dakwah (*fundraising*) melalui dunia internet.

NO	MATERI	KISI-KISI PEMBAHASAN	STRATEGI	ALOKASI WAKTU DAN PERALATAN
01	Dasar-dasar Islam sesuai spirit Islam berkemajuan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pengertian dan prinsip dasar Islam berkemajuan 2) Akidah, ibadah, dan muamalah sesuai prinsip Islam berkemajuan 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 3) Demonstrasi 	<p><i>Waktu</i> 120 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point - Sajadah

02	Karakteristik dan strategi komunikasi dengan komunitas virtual	<ol style="list-style-type: none"> 1) Karakteristik komunitas virtual 2) Strategi komunikasi dengan komunitas virtual 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 	<p>Waktu 90 menit</p> <p>Peralatan</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point
03	Cara membuat dan mengelola web	<ol style="list-style-type: none"> 1) Cara membuat dan mengelola blog wordpress 2) Cara membuat dan mengelola blog perusahaan 3) Cara membuat dan mengelola youtube 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Praktik 2) Tutorial 	<p>Waktu 3 x 60 menit</p> <p>Peralatan</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point - Laptop per peserta - Akses internet (Wifi/modem)
04	Cara membuat dan mengelola media sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1) Cara membuat dan mengelola twitter 2) Cara membuat dan mengelola twitter 3) Cara membuat dan mengelola google plus 4) Cara membuat dan mengelola instagram 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Praktik 2) Tutorial 	<p>Waktu 3 x 60 menit</p> <p>Peralatan</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point - Laptop per peserta - Akses internet (Wifi/modem)

05	Cara menggalang dana dakwah secara online	<ol style="list-style-type: none">1) <i>Fundraising</i> dana dakwah melalui filantropi2) Cara daftar google ad-sense	<ol style="list-style-type: none">1) Praktik2) Tutorial	Waktu 3 x 60 menit Peralatan <ul style="list-style-type: none">- LCD- Materi power point- Laptop per peserta- Akses internet (Wifi/modem)
06	Teknik membuat laporan dan mengirim laporan dakwah	<ol style="list-style-type: none">1) Cara menulis laporan2) Cara membuat video3) Cara mengirim/upload laporan	<ol style="list-style-type: none">1) Ceramah2) Tanya-jawab3) Praktik	Waktu 3 x 60 menit Peralatan <ul style="list-style-type: none">- LCD- Materi power point- Laptop per peserta- Akses internet (Wifi/modem)

SILABUS PELATIHAN DAI KOMUNITAS ATAS

KOMPETENSI

- Peserta memahami dasar-dasar Islam sesuai spirit Islam berkemajuan.
- Peserta memahami karakteristik komunitas kalangan atas.
- Peserta memahami strategi dakwah pada kalangan atas.
- Peserta memahami strategi *fundraising* pada kalangan atas.

NO	MATERI	KISI-KISI PEMBAHASAN	STRATEGI	ALOKASI WAKTU DAN PERALATAN
01	Dasar-dasar Islam sesuai spirit Islam berkemajuan	1) Pengertian dan prinsip dasar Islam berkemajuan 2) Akidah, ibadah, dan muamalah sesuai prinsip Islam berkemajuan	1) Ceramah 2) Tanya-jawab 3) Demonstrasi	<i>Waktu</i> 120 menit <i>Peralatan</i> - LCD - Materi power point - Sajadah
02	Karakteristik dan strategi komunikasi dengan kalangan atas	1) Karakteristik kalangan atas. 2) Strategi komunikasi kalangan atas.	1) Ceramah 2) Tanya-jawab	<i>Waktu</i> 90 menit <i>Peralatan</i> - LCD - Materi power point
03	Strategi dakwah pada kalangan atas	1) Strategi dakwah untuk kalangan atas 2) Teknik pemetaan jamaah untuk komunitas atas.	1) Ceramah 2) Tanya-jawab	<i>Waktu</i> 90 menit <i>Peralatan</i> - LCD - Materi power point

		3) Teknik penge- masan materi dakwah		
	Strategi <i>fundraising</i> pada kalangan atas	1) Konsep <i>fund- raising</i> 2) Strategi <i>fund- raising</i> untuk kalangan atas	1) Ceramah 2) Tanya-jawab	<i>Waktu</i> 120 menit <i>Peralatan</i> - LCD - Materi power point
	Manajemen Pengajian	<ul style="list-style-type: none"> • Penyusunan Tim Kerja (<i>team work</i>) yang solid dan tangguh • Pembagian Kerja dan Kewenangan dalam pekerjaan (<i>Distribution Of Job and authority</i>) • Kelengkapan peralatan (<i>Inventory Identification</i>) • Personil dan Kemampuan (<i>competention and personality</i>) • Pengelolaan Ketatausa- haan (kesek- retarian) • Pengelolaan Keuangan (akuntansi) 	1) Ceramah 2) Tanya-jawab	<i>Waktu</i> 90 menit <i>Peralatan</i> - LCD - Materi power point

	Kapita Seleka	<ul style="list-style-type: none"> • Islam dan politik kebangsaan • Ekonomi Makro dan pembinaan ekonomi mikro • ICT (<i>Information Communication and technology</i>) peluang dan tantangan dakwah Islam • Teknik <i>Fund-raising</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 3) Ceramah 4) Tanya-jawab 	<p><i>Waktu</i> 90 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point
06	Teknik membuat laporan dan mengirim laporan dakwah	<ol style="list-style-type: none"> 1) Cara menulis laporan 2) Cara membuat video 3) Cara mengirim/upload laporan 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 3) Praktik 	<p><i>Waktu</i> 3 x 60 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point - Laptop per peserta - Akses internet (Wifi/modem)

SILABUS PELATIHAN DAI KOMUNITAS MARGINAL

KOMPETENSI

1. Peserta memahami dasar-dasar Islam sesuai spirit Islam berkemajuan.
2. Peserta memahami karakteristik komunitas marginal.
3. Peserta memahami strategi dakwah pada kalangan marginal.
4. Peserta memahami strategi pemberdayaan sosial.

NO	MATERI	KISI-KISI PEMBAHASAN	STRATEGI	ALOKASI WAKTU DAN PERALATAN
01	Dasar-dasar Islam sesuai spirit Islam berkemajuan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pengertian dan prinsip dasar Islam berkemajuan 2) Akidah, ibadah, dan muamalah sesuai prinsip Islam berkemajuan 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 3) Demonstrasi 	<p><i>Waktu</i> 120 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point - Sajadah
02	Karakteristik dan strategi komunikasi dengan kalangan marginal	<ol style="list-style-type: none"> 1) Karakteristik kalangan marginal. 2) Strategi komunikasi kalangan marginal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 	<p><i>Waktu</i> 90 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point

03	Strategi dakwah pada kalangan marginal	<ol style="list-style-type: none"> 1) Strategi dakwah untuk kalangan marginal. 2) Teknik pemetaan jamaah untuk komunitas marginal. 3) Teknik pengemasan materi dakwah 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 	<p><i>Waktu</i> 90 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point
04	Konsep dan strategi pemberdayaan sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1) Konsep pemberdayaan sosial 2) Teknik-teknik pemberdayaan sosial 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 3) Simulasi 	<p><i>Waktu</i> 120 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point
05	Manajemen keuangan keluarga	<ol style="list-style-type: none"> 1) Jenis-jenis pendapatan keluarga 2) Jenis-jenis pengeluaran keluarga 3) Pemilahan keuangan yang diperlukan dan kurang diperlukan 4) Sistem <i>save deposite</i> keluarga 5) Penghitungan kebutuhan hidup layak 6) Teknik pengandaan pendapatan dan pengurangan pengeluaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 3) Simulasi 	<p><i>Waktu</i> 120 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point

		<p>7) Perencanaan masa depan keluarga</p> <p>8) Pembukuan Keuangan keluarga</p>		
05	Konsep dan implementasi pendidikan keluarga	<p>1) Konsep keluarga sakinah</p> <p>2) Hak dan kewajiban suami istri</p> <p>3) Hak dan kewajiban anak terhadap orang tua dan orang tua terhadap anak</p> <p>4) Teknik pendekatan terhadap permasalahan anak</p> <p>5) Teknik memilih pendidikan yang tepat terhadap anak</p> <p>6) Langkah-langkah persiapan terhadap masa depan anak</p>	<p>4) Ceramah</p> <p>5) Tanya-jawab</p> <p>6) Praktik</p>	<p>Waktu 3 x 60 menit</p> <p>Peralatan</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point - Laptop per peserta - Akses internet (Wifi/modem)
06	Teknik membuat laporan dan mengirim laporan dakwah	<p>1) Cara menulis laporan</p> <p>2) Cara membuat video</p> <p>3) Cara mengirim/upload laporan</p>	<p>1) Ceramah</p> <p>2) Tanya-jawab</p> <p>3) Praktik</p>	<p>Waktu 3 x 60 menit</p> <p>Peralatan</p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point - Laptop per peserta - Akses internet (Wifi/modem)

SILABUS PELATIHAN DAI PEDALAMAN

KOMPETENSI

1. Peserta memahami dasar-dasar Islam sesuai spirit Islam berkemajuan.
2. Peserta memahami karakteristik komunitas pedalaman.
3. Peserta memahami strategi dakwah pada komunitas pedalaman.
4. Peserta memahami strategi pemberdayaan sosial pada masyarakat pedalaman.

NO	MATERI	KISI-KISI PEMBAHASAN	STRATEGI	ALOKASI WAKTU DAN PERALATAN
01	Dasar-dasar Islam sesuai spirit Islam berkemajuan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pengertian dan prinsip dasar Islam berkemajuan 2) Akidah, ibadah, dan muamalah sesuai prinsip Islam berkemajuan 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 3) Demonstrasi 	<p><i>Waktu</i> 120 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point - Sajadah
02	Karakteristik dan strategi komunikasi dengan masyarakat pedalaman.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Karakteristik masyarakat pedalaman. 2) Strategi komunikasi pada masyarakat pedalaman. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 	<p><i>Waktu</i> 90 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point

03	Strategi dakwah pada masyarakat marginal	<ol style="list-style-type: none"> 1) Strategi dakwah untuk masyarakat pedalaman. 2) Teknik pemetaan jamaah untuk masyarakat pedalaman. 3) Teknik pengemasan materi dakwah 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 	<p><i>Waktu</i> 90 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point
04	Konsep dan strategi pemberdayaan sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1) Konsep pemberdayaan sosial 2) Teknik-teknik pemberdayaan sosial 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 3) Simulasi 	<p><i>Waktu</i> 120 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point
05	Kristenisasi, studi kasus dan cara menghadapinya	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kasus kristenisasi 2) Cara menghadapi kristenisasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 	<p><i>Waktu</i> 90 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point
06	Teknik membuat laporan dan mengirim laporan dakwah	<ol style="list-style-type: none"> 1) Cara menulis laporan 2) Cara membuat video 3) Cara mengirim/upload laporan 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ceramah 2) Tanya-jawab 3) Praktik 	<p><i>Waktu</i> 3 x 60 menit</p> <p><i>Peralatan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - LCD - Materi power point - Laptop per peserta - Akses internet (Wifi/modem)

DAFTAR PUSTAKA

- Burhaduddin, Anhar, *Lembaga Daakwah Khusus*, Jakarta: LDK PP Muhammadiyah, 1990.
- Perkasa, M. Abu Bakar Ryan, “*Pandangan Muhammadiyah tentang Kebudayaan*”, *Jurnal Tajdid*, Vol. 8., No. 1, (Juni 2010).
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah, *Berita Resmi Muhammadiyah: Tanfidz Keputusan Muktamar Muhammadiyah ke-47 di Makassar*, Yogyakarta, 2015.
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah, *Lembaga Dakwah Khusus Muhammadiyah*, 1990.
- Pimpinan Pusat Muhammadiyah, *Tanfidz Keputusan Muktamar Muhammadiyah ke-47*, Yogyakarta: PPM, 2015.
- Suara Muhammadiyah, *Dakwah Kultural Muhammadiyah*, Yogyakarta: 2016.

