



# DAKWAH PENCERAHAN BERBASIS KOMUNITAS



PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
2015



# MODEL DAKWAH PENCERAHAN BERBASIS KOMUNITAS



PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
2015



# PENGANTAR

## PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

Alhamdulillah konsep “Dakwah Pencerahan Berbasis Komunitas” telah diputuskan dalam Mukhtamar Muhammadiyah Ke-47 pada tanggal 18-22 Syawwal 1436 Hijriyah bertepatan 3-7 Agustus 2015 Miladiyah di Makassar. Pasca Mukhtamar agenda yang harus dilakukan Muhammadiyah ialah bagaimana melaksanakan keputusan yang penting itu sehingga “Dakwah Komunitas” dapat dilaksanakan secara optimal dan terorganisasi dengan sebaik-baiknya.

Muhammadiyah berada dalam dunia komunitas yang majemuk dan kompleks dalam kehidupan saat ini. Di tengah dinamika sosial baru gerakan kembali ke basis komunitas atau jamaah bagi Muhammadiyah merupakan langkah penting dan strategis atas pertimbangan sejumlah aspek, antara lain: (1) Mempertahankan, melangsungkan, dan mentransformasikan gerakan pencerahan di abad kedua dengan menjadikan komunitas atau jamaah sebagai basis gerakan; (2) Perubahan sosial akibat globalisasi dan dinamika sosial baru yang terjadi dalam masyarakat Indonesia di abad ke-21 yang memerlukan kekuatan penyangga nilai yang meneguhkan sekaligus mencerahkan; (3) Dinamika ekonomi, politik, dan budaya pasca reformasi yang cenderung serba liberal serta memerlukan bimbingan dan arahan nilai-nilai ajaran Islam yang membentuk karakter akhlak mulia dan menjadi rahmat bagi semesta; dan (4) Penetrasi ideologi-ideologi dan misi agama lain yang semakin meluas dalam kehidupan masyarakat Indonesia khususnya di berbagai lingkungan komunitas yang memerlukan dakwah “fastabiq al-khairat” yang menampilkan keunggulan alternatif.

Dalam memasuki abad kedua Muhammadiyah perlu mengagendakan langkah penting dan strategis, yang mampu

membawa pembaruan atau kemajuan yang lebih baik dalam menggarap sasaran dakwahnya. Di antara aspek gerakan yang penting dan strategis yang memerlukan akselerasi lima tahun ke depan ialah mengembangkan model gerakan jamaah dan dakwah jamaah melalui dakwah komunitas. Muhammadiyah secara niscaya dituntut komitmennya yang kuat untuk mendinamisasi gerakan di basis jamaah atau komunitas sebagai bagian penting dari gerakan pencerahan memasuki abad kedua.

Karenanya usaha Muhammadiyah untuk mengembangkan misi dakwahnya melalui Dakwah Komunitas sebagaimana diamanatkan Mukhtar ke-47 menjadi penting, sehingga Gerakan Islam yang didirikan oleh Kyai Haji Ahmad Dahlan ini makin meluas daya jangkau dakwahnya ke berbagai komponen sosial masyarakat. Kepada seluruh Pimpinan Persyarikatan dengan dukungan Majelis, Lembaga, Biro, serta Organisasi Otonom dan Amal Usahnya di seluruh tingkatan hendaknya bergerak secara terorganisasi dalam melaksanakan dan mewujudkan Dakwah Komunitas yang diputuskan Mukhtar tersebut.

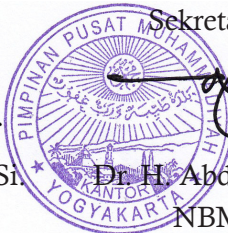
Semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan karunia-Nya untuk orang-orang yang berjuang di Jalan-Nya. Nasrun min Allah wa Fathun qarib.

Yogyakarta, 19 Muharram 1437 H / 1 November 2015 M

PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

Ketua Umum,

Sekretaris Umum,



Dr. H. Haedar Nashir, M.Si.  
NBM. 545549

Dr. H. Abdul Mu'ti, M.Ed.  
NBM. 750178

# DAFTAR ISI

Pengantar Pimpinan Pusat Muhammadiyah .....	iii
---	-----

## MODEL DAKWAH PENCERAHAN BERBASIS KOMUNITAS

A. Pendahuluan .....	1
B. Dakwah Pencerahan Berbasis Komunitas .....	6
C. Dakwah Bagi Komunitas Kelas Atas .....	14
D. Dakwah Bagi Komunitas Kelas Menengah .....	22
E. Dakwah Bagi Komunitas Kelas Bawah.....	25
F. Dakwah Bagi Kalangan Kelompok Marjinal .....	28
G. Dakwah Bagi Komunitas Virtual.....	33
H. Dakwah Bagi Komunitas Khusus.....	38
1. Model Dakwah Khusus pada Komunitas Hobi	40
2. Model Dakwah Khusus pada Komunitas Kesamaan Kepentingan.....	41
3. Model Dakwah Khusus karena Kesamaan Identitas.....	43
I. Khatimah .....	45





# MODEL DAKWAH PENCERAHAN BERBASIS KOMUNITAS

## A. Pendahuluan

Muhammadiyah dalam memasuki abad kedua berkomitmen kuat untuk melakukan gerakan pencerahan sebagai persambungan dari gerakan pembaruan yang dilakukan pada abad pertama. Gerakan pencerahan merupakan aktualisasi misi dakwah dan tajdid yang bersifat transformatif, yaitu strategi perubahan dinamis yang menekankan pada proses gerakan yang membebaskan, memberdayakan, dan memajukan kehidupan masyarakat. Gerakan pencerahan tersebut harus diwujudkan dalam seluruh bidang dan lapangan usaha Muhammadiyah, sehingga tidak berhenti dalam pemikiran semata tetapi membumi menjadi gerakan praksis yang mencerahkan kehidupan umat, bangsa, dan kemanusiaan universal. Dalam pengembangan dakwah, gerakan pencerahan diaktualisasikan melalui model dakwah pencerahan berbasis komunitas untuk menggarap berbagai kelompok sosial yang heterogen dan berkembang pesat dalam kehidupan masyarakat Indonesia saat ini.

Muhammadiyah sebagai gerakan Islam yang mengemban misi dakwah dan tajdid mampu bertahan dan berkiprah satu abad lebih antara lain karena bergerak aktif dalam membangun masyarakat di basis jamaah atau komunitas. Keberadaan Muhammadiyah di ranah komunitas

(jamaah) menjadi kuat karena membawa misi dakwah dan tajdid yang menyebarluaskan usaha-usaha kemajuan yang dirasakan langsung masyarakat. Pada awal kehadirannya Muhammadiyah ditentang oleh sebagian kalangan umat karena dianggap membawa paham baru, tetapi lama kelamaan dapat diterima luas sehingga menyebar ke seluruh Indonesia. Muhammadiyah akhirnya berkembang menjadi gerakan Islam pembaruan yang terbesar bukan hanya di lingkup nasional tetapi juga di ranah global.

Muhammadiyah menyadari pentingnya membangun masyarakat sebagai inti dan fokus gerakannya. 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. Pendiri Muhammadiyah tersebut 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 kepanduan, yang melahirkan Hizbul Wathan tahun 1918. Pembinaan Siswa Praja sebagai

embrio 'Aisyiyah 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. Pendiri Muhammadiyah tersebut 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 kediaman HOS Tjokroaminoto Kyai Dahlan juga memberikan pengajian Islam yang mencerahkan di hadapan Soekano, Semaun, dan ekite 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.

Secara sistematis dan terprogram Muhammadiyah pada Muktamar ke-37 tahun 1968 melangkah lebih jauh dengan menggagas dan merumuskan program Gerakan Jamaah dan Dakwah Jamaah (GJDJ). Gerakan Jamaah dan Dakwah Jamaah tersebut dirumuskan untuk mengembalikan Muhammadiyah (Re-Tajdid Muhammadiyah) ke jalur dakwah di basis akar-rumput. Kelahiran Gerakan Jamaah dan Dakwah Jamaah (GJDJ) atau disebut Gerakan Jamaah (GJ) tersebut menunjukkan kesadaran, komitmen, dan usaha Muhammadiyah untuk berdakwah secara langsung menggarap kelompok masyarakat di akar-rumput (*grass-root*) yang disebut jamaah atau dalam istilah mutakhir dikenal dengan sebutan komunitas (*community*).

Kebijakan dan langkah dakwah Muhammadiyah tersebut merupakan terobosan atau pembaruan karena Muhammadiyah masuk ke ranah yang strategis dengan melakukan dakwah secara *bil-hal* (dakwah dengan tindakan)

selain *bi-lisan* (tabligh, lisan dan tulisan) yang meletakkan kesejahteraan sebagai fokus atau sasaran pembinaan dalam masyarakat yang dipadukan dengan aspek-aspek keagamaan. Gerakan Jamaah tersebut juga merupakan pembaruan karena masyarakat yang dibina bukan hanya yang beragama Islam (eksklusif) tetapi juga yang beragama lain (inklusif) sehingga Muhammadiyah mempraktikkan paham dakwah rahmatan lil-'alamin dalam kehidupan masyarakat yang majemuk. Selain itu, melalui GJDJ Muhammadiyah memperkenalkan pendekatan atau strategi pengembangan masyarakat (*Community Development*) dalam berdakwah di jamaah atau komunitas, yang belum pernah dilakukan di lingkungan organisasi dakwah lainnya kala itu.

Namun Gerakan Jamaah atau GJDJ yang cemerlang secara konsep dan pemikiran tersebut tidak dapat terlaksana secara masif atau meluas, kecuali di sejumlah daerah secara terbatas. Kini seiring dengan perkembangan masyarakat yang ditandai oleh perubahan sosial yang kompleks akibat modernisasi, globalisasi, dan reformasi yang mempengaruhi kondisi dan dinamika kehidupan masyarakat maka Muhammadiyah semakin dihadapkan pada masalah dan tantangan baru dalam gerakan dakwahnya. Muhammadiyah yang relatif telah menapaki kemajuan dalam sistem organisasi dan amal usahanya dituntut untuk mulai kembali mengarahkan orientasi dan langkah dakwahnya ke masyarakat di basis jamaah atau komunitas.

Pada saat ini pertumbuhan atau perkembangan komunitas di masyarakat semakin pesat dan heterogen, yang melahirkan beragam kelompok-kelompok minat, kegiatan, dan afiliasi sosial baru baik di pedesaan lebih-lebih di perkotaan. Kelompok-kelompok komunitas yang memiliki struktur dan relasi sosial yang kohesif (lekat) makin bertumbuhan seiring dengan mekarnya kecenderungan liberalisasi dan individualisasi kehidupan, sehingga kelompok-kelompok

khusus dalam masyarakat tersebut seakan ingin kembali pada kehidupan yang lebih spiritual, damai, dan berada dalam akar budaya mereka. Beragam komunitas berkembang di masyarakat yang dapat dikategorisasikan ke dalam komunitas kelompok atas, menengah, bawah, marjinal, dan komunitas-komunitas khusus yang diikat oleh kesamaan minat, hobi, dan kepentingan lainnya. Kurun terakhir bahkan lahir komunitas virtual, yang sering disebut kelompok sosial-media (sosmed) sebagai realitas baru dalam hubungan antarsesama melalui media virtual yang sangat masif.

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. Hal itu didasarkan atas beberapa pertimbangan, yaitu:

- 1) Mempertahankan, melangsungkan, dan mentransformasikan gerakan pencerahan di abad kedua dengan menjadikan komunitas atau jamaah sebagai basis gerakan;
- 2) Perubahan sosial akibat globalisasi dan dinamika sosial baru yang terjadi dalam masyarakat Indonesia di abad ke-21 yang memerlukan kekuatan penyangga nilai yang meneguhkan sekaligus mencerahkan;
- 3) Dinamika ekonomi, politik, dan budaya pasca reformasi yang cenderung serba liberal serta memerlukan bimbingan dan arahan nilai-nilai ajaran Islam yang membentuk karakter akhlak mulia dan menjadi rahmat bagi semesta;
- 4) Penetrasi ideologi-ideologi dan misi agama lain yang semakin meluas dalam kehidupan masyarakat Indonesia khususnya di berbagai lingkungan komunitas

- yang memerlukan dakwah “*fastabiq al-khairat*” yang menampilkan keunggulan alternatif; dan
- 5) Dalam konteks situasi yang dihadapi, seiring dengan perkembangan masyarakat yang makin berubah cepat, heterogen, dan kompleks maka diperlukan pemikiran, pendekatan, strategi, dan aktivitas baru yang lebih aktual dalam model gerakan komunitas dalam sistem Gerakan Jamaah yang meluas dan mengakar di masyarakat.

Melalui Dakwah Pencerahan Berbasis Komunitas sebagai wujud aktualisasi Gerakan Jamaah dan Dakwah Jamaah (GJDJ) maka keberadaan Muhammadiyah di basis masyarakat akan semakin kuat dalam memposisikan dan memerankan fungsinya secara strategis sebagai gerakan dakwah kemasyarakatan sekaligus mengokohkan kekuatan Masyarakat Madani (*Islamic Civil Society*). Di tengah proses reformasi dan demokratisasi yang membawa banyak perubahan, yang menggeser peran negara tidak lagi hegemoni sebagaimana masa sebelumnya dan memberi ruang terbuka bagi masyarakat untuk menjadi kekuatan *civil society*, maka kehadiran Muhammadiyah di basis jamaah akan membawa kemanfaatan besar bagi Muhammadiyah sendiri, serta bagi penguatan posisi umat dan masyarakat di hadapan negara.

Karenanya dalam Muktamar ke-47 diagendakan dan diprogramkan secara khusus tentang “Model Dakwah Pencerahan Berbasis Komunitas” sebagai wujud aktualisasi Gerakan Jamaah untuk dilaksanakan dan menjadi gerakan masif dalam pergerakan Muhammadiyah ke depan.

## **B. Dakwah Pencerahan Berbasis Komunitas**

Dakwah Pencerahan yang dilaksanakan Muhammadiyah sebagai perwujudan dari gerakan pencerahan memasuki abad kedua sejatinya merupakan dakwah Islam itu sendiri.

Dalam “Pernyataan Pikiran Muhammadiyah Abad Kedua” dinyatakan, bahwa:

“Gerakan pencerahan (tanwir) merupakan praksis Islam yang berkemajuan untuk membebaskan, memberdayakan, dan memajukan kehidupan. Gerakan pencerahan dihadirkan untuk memberikan jawaban atas problem-problem kemanusiaan berupa kemiskinan, kebodohan, ketertinggalan, dan persoalan-persoalan lainnya yang bercorak struktural dan kultural. Gerakan pencerahan menampilkan Islam untuk menjawab masalah kekeringan ruhani, krisis moral, kekerasan, terorisme, konflik, korupsi, kerusakan ekologis, dan bentuk-bentuk kejahatan kemanusiaan. Gerakan pencerahan berkomitmen untuk mengembangkan relasi sosial yang berkeadilan tanpa diskriminasi, memuliakan martabat manusia laki-laki dan perempuan, menjunjung tinggi toleransi dan kemajemukan, dan membangun pranata sosial yang utama.”.

Dinyatakan, bahwa:

“Muhammadiyah dalam melakukan gerakan pencerahan berikhtiar mengembangkan strategi dari revitalisasi (penguatan kembali) ke transformasi (perubahan dinamis) untuk melahirkan amal usaha dan aksi-aksi sosial kemasyarakatan yang memihak kaum dhu’afa dan mustadh’afin serta memperkuat civil society (masyarakat madani) bagi kemajuan dan kesejahteraan bangsa. Dalam pengembangan pemikiran Muhammadiyah berpijak pada koridor tajdid yang bersifat purifikasi dan dinamisaai, serta mengembangkan orientasi praksis untuk pemecahan masalah kehidupan. Muhammadiyah mengembangkan pendidikan sebagai strategi dan ruang kebudayaan bagi pengembangan potensi dan akal-budi manusia secara utuh. Sementara pembinaan keagamaan semakin dikembangkan pada pengayaan nilai-nilai aqidah, ibadah, akhlak, dan mu’amalat-dunyawiyah yang membangun keshalehan individu dan sosial yang melahirkan tatanan sosial baru yang lebih religius dan humanistik.”

Karenanya dakwah pencerahan sesungguhnya merupakan dakwah Islam dengan pendekatan transformasi yang membawa proses membebaskan, memberdayakan, dan memajukan kehidupan berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam. Dalam buku *“Islam dan Dakwah”* (1988) dinyatakan bahwa dakwah adalah “panggilan atau seruan bagi umat manusia menuju jalan Allah (QS Yusuf: 108) yaitu jalan menuju Islam (QS Ali Imran: 19)”. Dakwah juga sebagai “upaya tiap muslim untuk merealisasikan (aktualisasi) fungsi kerisalahan dan fungsi kerahmatan”. Fungsi kerisalahan dari dakwah ialah “meneruskan tugas Rasulullah (QS Al-Maidah: 67) menyampaikan dinul-Islam kepada seluruh umat manusia (QS Ali Imran: 104, 110, 114)”. Sedangkan fungsi kerahmatan berarti “upaya menjadikan (mengejewantahkan, mengaktualkan, mengoperasionalkan) Islam sebagai rahmat (penyejahtera, pembahagia, pemecah persoalan) bagi seluruh manusia (QS Al-Anbiya: 107)”.

Dakwah Islam dilaksanakan dengan cara-cara dakwah sebagaimana perintah Allah dan dicontohkan oleh Rasulullah. Allah SWT memberikan pesan agar dalam berdakwah disampaikan dengan *bi-hikmah wa al-mauidhat al-hasanah wa jadil-hum bi-lati hiya ahsan* (QS An-Nahl: 125). Hikmah adalah hal yang utama dari segala sesuatu baik lisan maupun perbuatan, yang lahir dari perpaduan ilmu dan kearifan. *Al-mauidhat al-hasanah* yakni uraian yang menyentuh hati yang mengantarkan kepada kebaikan. *Wa jadilhum bi-lati hiya ahsan* yakni berdialog dengan argumentasi paling baik (Shihab, 2009). Rasulullah berdakwah selama sekitar 23 tahun dengan cara-cara yang bertahap dalam pembinaan aqidah, ibadah, akhlaq, dan mu’amalah sehingga tercapai kehidupan al-Madinah al-Munawwarah, yakni suatu peradaban yang tercerahkan.

Dakwah yang dilakukan Muhammadiyah secara esensi, fungsi, dan aktualisasinya merujuk pada prinsip dakwah



Islam pada umumnya. Dalam pelaksanaannya dakwah yang dilakukan Muhammadiyah mempertimbangkan faktor-faktor kondisi sasaran dakwah sehingga dilakukan bertahap sebagaimana contoh dakwah Nabi. Dalam buku *Dakwah Kultural* (2004) dinyatakan bahwa dakwah:

“merupakan upaya menanamkan nilai-nilai Islam dalam seluruh dimensi kehidupan dengan memperhatikan potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk budaya secara luas, dalam rangka mewujudkan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya. Dakwah kultural mencoba memahami potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk budaya, berarti memahami ide-ide, adat-istiadat, kebiasaan, nilai-nilai, norma, sistem aktivitas, simbol, dan hal-hal yang memiliki makna tertentu dan hidup subur dalam masyarakat. Pemahaman tersebut dibingkai oleh pandangan dan sistem nilai ajaran Islam yang membawa pesan rahmatan lil’alamin. Dengan demikian dakwah kultural menekankan pada dinamisasi dakwah, selain pada purifikasi.”.

Bagi Muhammadiyah, “Model Dakwah Pencerahan berbasis Komunitas” merupakan bentuk aktualisasi dakwah Islam yang diperankan gerakan Islam ini dengan perhatian atau fokus pada kelompok-kelompok sosial khusus yang disebut “komunitas”. Namun dalam dakwah pencerahan tersebut dikembangkan pendekatan dan strategi yang lebih relevan untuk menghadapi berbagai komunitas yang berkembang di masyarakat sesuai dengan karakternya masing-masing ke dalam suatu model dakwah yang aktual. Pendekatan dan strategi dakwah tersebut difokuskan pada kelompok-kelompok masyarakat yang tergolong dalam komunitas.

Adapun yang dimaksud dengan “Komunitas” (*Community*) ialah kelompok-kelompok kecil dalam masyarakat yang memiliki sifat atau karakter tertentu yang spesifik. Komunitas berasal dari bahasa Latin “*communitas*”

dan dalam bahasa Inggris “*community*”, yang berarti “kesamaan”. Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam suatu komunitas para individu yang hidup di dalamnya memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, kegemaran, dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Relasi dan pola hidup komunitas pada umumnya homogen, yang terdiri atas berbagai kelompok, sehingga dapat dijumpai heterogenitas komunitas yang tumbuh dan berkembang dalam kehidupan masyarakat.

Secara sosiologis komunitas menunjukkan sekumpulan orang dengan struktur sosial tertentu, rasa kepemilikan atau semangat komunitas, dan berada atau memiliki lokasi geografis tertentu. Secara antropologis kehidupan komunitas memiliki kekhasan dan identitas yang kuat, sehingga memiliki sifat komunal seperti dijumpai pada komunitas-komunitas etnik, keagamaan, dan lain-lain. Dalam perkembangan mutakhir, konsep komunitas digunakan untuk menandai rasa identitas tertentu yang mungkin terikat atau tidak terikat pada lokasi geografis. Seiring dengan perkembangan kehidupan modern dan posmodern yang menciptakan realitas baru seperti halnya dunia sosial media, maka konsep komunitas makin menunjukkan relasi kehidupan antar manusia yang bersifat komunitas terbayang (*imagined community*) atau komunitas maya (*cyber community*) yang memiliki relasi sosial tertentu yang spesifik. Komunitas terakhir itu disebut juga sebagai *virtual community* atau komunitas virtual.

Baik komunitas yang bersifat konvensional (terikat lokasi) maupun nonkonvensional (tak terikat lokasi) merupakan arena atau ranah dakwah yang memerlukan pencerahan. Komunitas atau jamaah itu baik dalam makna eksklusif menyangkut komunitas umat Islam maupun dalam makna inklusif mencakup kelompok masyarakat luas.

Kedua komunitas (jamaah) tersebut merupakan sasaran dakwah yang memiliki tatanan sendiri yang memerlukan proses yang spesifik dalam menghadapinya. Karenanya, konsep komunitas dalam Muhammadiyah memiliki kesamaan dengan jamaah, baik jamaah dalam makna khusus sekelompok orang Islam yang memiliki identitas yang sama maupun jamaah dalam makna kelompok masyarakat umum yang keduanya merupakan sasaran dakwah.

Dalam istilah khusus keagamaan komunitas dapat dipandang sama dengan istilah jamaah. Jamaah adalah sekelompok orang atau keluarga dalam satu lingkungan tempat tinggal atau kawasan sosial tertentu yang merupakan satu ikatan yang pembentukannya diusahakan oleh seorang atau beberapa orang anggota Muhammadiyah dalam lingkungan itu. Jamaah sebagai kesatuan komunitas sangatlah penting kedudukannya karena keberadaan suatu umat atau masyarakat terletak pada jamaah. Dalam sebuah hadis Nabi bersabda, “*Yadu Allah ma’a al-jama’ah*”, bahwa “Tangan (Kekuasaan) Allah itu bersama jama’ah” (HR At-Tirmidzi dari Ibn Abbas).

Dalam “Pedoman Pokok Pembentukan Jamaah” (1977) yang diterbitkan oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah (1977) dijelaskan tentang makna “Jama’ah” dengan segala kaitannya sebagai berikut:

- 1) Jama’ah adalah sekelompok orang atau keluarga dalam satu lingkungan tempat tinggal yang merupakan satu ikatan yang pembentukannya diusahakan oleh seorang atau beberapa orang anggota Muhammadiyah dalam lingkungan itu;
- 2) Jama’ah merupakan Da’wah dengan menggunakan sistem pembinaan masyarakat dengan menggiatkan anggota Muhammadiyah dalam tugasnya sebagai muballigh;
- 3) Jama’ah dibentuk dengan wewenang Persyarikatan;
- 4) Kegiatan Jama’ah meliputi segi-segi kehidupan dan

- penghidupan masyarakat yang ditujukan kepada pembinaan dan peningkatan kesejahteraan keluarga dan masyarakat serta menjadi warga negara yang baik;
- 5) Secara operasional terbentuknya Jama'ah menjadi tanggungjawab Pimpinan Persyarikatan, yaitu Pimpinan Ranting Muhammadiyah; dan
  - 6) Jama'ah dipimpin oleh Pamong Jama'ah, terdiri dari seorang ketua, yang disebut Bapak/Ibu Jama'ah, yang dipilih oleh Jama'ah, dan beberapa orang pembantunya yang ditunjuk oleh Bapak/Ibu Jama'ah.

Karena “Model Dakwah Pencerahan Berbasis Komunitas” memiliki sasaran khusus kepada komunitas, maka dapat pula dikembangkan atau disebut secara khusus sebagai “Dakwah Komunitas”. “Dakwah Komunitas” secara esesensi dan fungsinya sebenarnya “Dakwah Jamaah”, sebagai wujud aktualisasi atau pengembangan dari Gerakan Jamaah dan Dakwah Jamaah (GJDJ). GJDJ sendiri sering disebut dengan satu istilah yaitu “Gerakan Jamaah” (Pedoman GJDJ PP Muhammadiyah tahun 1977). Dengan demikian “Dakwah Komunitas” atau “Dakwah Jamaah” dapat dinyatakan sebagai “Model Pengembangan Gerakan Jamaah” yang diformulasikan kembali dalam era kekinian ketika Muhammadiyah memasuki abad kedua. Kandungan maknanya sama, yaitu sebagai **wujud kegiatan dakwah dengan model Gerakan Jamaah untuk berbagai kelompok komunitas yang bertujuan menyebarkan dan mewujudkan ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat sehingga terbentuk “Masyarakat Islam yang sebenarnya” sebagaimana cita-cita ideal Muhammadiyah.** “Dakwah Komunitas” menggunakan prinsip-prinsip GJDJ dengan pengayaan konsep, pemikiran, pendekatan, strategi, metode, dan pelaksanaan yang lebih bervariasi sesuai dengan ragam komunitas yang menjadi sasaran dakwah.

“Dakwah Komunitas” memiliki karakter khusus sesuai dengan karakter komunitas itu sendiri. Komunitas sebagai satuan kelompok kecil dari masyarakat memiliki karakteristik dan kebutuhan spesifik. Antara satu komunitas dan komunitas lain memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda dan karena itu membutuhkan pendekatan dakwah yang berbeda pula. Kebutuhan-kebutuhan yang dimaksud antara lain kebutuhan akan identitas, akses ekonomi, visi keberdayaan, dan kemampuan mengorganisasi atau memobilisasi. Sebagai gerakan dakwah Islam dan organisasi yang multifungsi, Muhammadiyah telah melakukan aktivitas dakwah di pelbagai komunitas, mulai dari kalangan kelas menengah-atas sampai pada kelompok menengah-bawah dan bahkan kelompok marjinal.

“Dakwah komunitas” adalah sebuah konsep dan strategi dakwah yang disusun sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan komunitas yang menjadi objek dakwahnya. Misalnya, untuk di kalangan masyarakat kelas menengah-atas yang secara ekonomi mapan dan memiliki latar pendidikan yang relatif tinggi, kebutuhan mereka akan identitas sosial-keagamaan berbeda dengan kelompok kelas menengah-bawah. Pemahaman dan intepretasi kelas-menengah terhadap konsep-konsep dasar keagamaan Islam yang menjadi pegangan mereka juga berbeda. Boleh jadi kelas menengah lebih kosmopolit, dan melihat fungsi agama sebagai pendorong untuk melakukan amal kebajikan dalam ranah sosial, ekonomi dan politik yang lebih luas. Sementara itu, di kalangan kelompok masyarakat kelas menengah-bawah, keberislaman menjadi bagian dari upaya meningkatkan spirit dan ethos kerja guna memperbaiki taraf hidup. Bagi kelompok marjinal, Islam menjadi sarana perjuangan untuk mendapatkan kembali hak-hak mereka sebagai warga negara yang telah diabaikan oleh negara.

Karena itu, konsep “Model Dakwah Pencerahan Berbasis Komunitas” atau “Dakwah Komunitas” yang dikembangkan Muhammadiyah harus dimaknai sebagai bentuk dakwah yang fleksibel dan dinamis, yang tidak hanya menyampaikan pesan-pesan keagamaan melainkan juga disertai aktivisme yang bersifat praksis. Terdapat beberapa hal pokok yang menjadi prinsip Dakwah Pencerahan Berbasis Komunitas, antara lain:

- 1) Kemampuan menerjemahkan pesan dan misi dakwah secara relevan yang membawa pencerahan dalam kehidupan komunitas yang menjadi sasaran dakwah;
- 2) Kemampuan memahami dan memetakan komunitas secara lengkap;
- 3) Kemampuan untuk mengorganisasi/mobilisasi;
- 4) Kemampuan berinteraksi dan berkomunikasi sesuai dengan karakteristik komunitas;
- 5) Kemampuan memetakan dan mengidentifikasi kebutuhan komunitas;
- 6) Kemampuan untuk membangkitkan solidaritas; dan
- 7) Kemampuan mengembangkan proses pencerahan yang membebaskan, memberdayakan, dan memajukan kehidupan yang bermakna sesuai dengan nilai-nilai luhur ajaran Islam yang membawa kemajuan.

### **C. Dakwah Bagi Komunitas Kelas Atas**

Dalam kehidupan masyarakat tidak terhindarkan adanya kelompok atas atau sering disebut “kelas atas”, yang berbeda kondisi dan pola kehidupannya dengan komunitas bawah atau kaum marjinal. Fungsi dakwah Muhammadiyah semestinya memperpendek jarak antarkelompok sosial dalam masyarakat tersebut. Karenanya dakwah bagi komunitas atas menjadi penting selain untuk memecahkan kesenjangan sosial antarkelompok, pada saat yang sama meniscayakan

pencerahan bagi kehidupan di kalangan komunitas atas sehingga menjalani kehidupan dengan penuh makna dan manfaat selaku hamba dan khalifah Allah yang menjadi rahmatan lil-'alamin di muka bumi.

Secara umum kelas atas dan elit memiliki beberapa ciri. Pertama, kemapanan 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 keempat karakteristik tersebut, kelompok atas ini sangat berpengaruh sebagai *ruling class* dan terhormat di masyarakat.

Dari sudut perilaku sosial dan keagamaan kelas menengah memiliki tiga karakteristik. Pertama, tingkat kemandirian yang tinggi. Dengan kemandirian ini mereka cenderung tidak terikat atau tidak mau terikat dengan organisasi-organisasi. Kesibukan dan keterbatasan waktu membuat mereka memilih belajar agama secara privat, atau melalui media modern seperti televisi, buku, internet, dan lain-lain. Kedua, pemikiran dan perilaku keagamaan 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 skripturalis yang menjadikan agama sebagai jalan ruhani untuk memberikan ketenangan jiwa di tengah berbagai tekanan pekerjaan dan kehidupan. Di antara mereka cenderung beragama secara tekstualis yaitu memahami dan mengamalkan Al-Quran dan 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 menengah tampaknya lebih banyak berafiliasi dengan organisasi atau faham keagamaan di luar Muhammadiyah. Keempat, kebutuhan akan spiritualitas baru. Di antara 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.

Istilah “Komunitas Kelas Atas” merujuk kepada kelompok elit di masyarakat yang secara struktur sosial berada pada lapisan paling atas, meskipun memiliki profesi yang beragam. Mereka ini disebut kelas atas karena mereka berada di puncak dari masing-masing profesi: birokrasi, politik, ekonomi, sosial, budaya: para birokrat (sipil maupun militer), anggota dewan dan petinggi partai, pengusaha kakap, publik figur, dan para artis-selebritis.

Meskipun berada pada segmen sosial yang beragam, kelompok atas atau “elite” ini memiliki beberapa kesamaan: Pertama, secara ekonomi mereka ini mapan dan cenderung berlebih. Aset ekonomi yang mereka miliki telah memungkinkan mereka untuk secara konstan memperoleh penghasilan yang sangat besar tanpa harus bekerja. Kedua, secara politik mereka cenderung pro status-quo, atau cenderung membenarkan kondisi yang ada, karena mereka adalah kelompok yang diuntungkan oleh sistem yang ada. Ketiga, secara sosial mereka adalah “elite” atau kelompok yang menjadi acuan dan contoh bagi kelompok yang dibawahnya, sehingga seringkali mereka membentengi diri dengan simbol-simbol sosial yang secara ekonomi bernilai



mahal untuk meneguhkan status mereka (rumah dan mobil mewah, pakaian dan perhiasan bermerek mahal). Bagi mereka segala sesuatu cenderung bernilai “gengsi” ketimbang “fungsi”. Keempat, secara budaya mereka adalah para selebritas yang banyak hidup dalam berbagai even yang bersifat publik, dan menjadi perhatian khalayak, baik yang *on air* melalui media maupun dalam acara-acara pertemuan *off air*. Kelima, secara agama, kehidupan para elit ini juga cenderung rituslistik-simbolik karena mereka terjebak dalam lingkaran sosial elitis dan budaya selebritis: misalnya, umroh, majelis taklim yang meriah di tempat mewah dengan pemateri terkenal, acara menyantuni anak yatim yang diliput media atau terbuka disaksikan masyarakat, dan sebagainya.

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 berkesan elitis dan diadakan di tempat-tempat yang sesuai dengan status sosial mereka. Hal ini tidak bermaksud Muhammadiyah mengajarkan untuk hidup mewah dan elitis, tetapi hanya sebagai sebuah pendekatan. Inovasi dan kreativitas dalam membuat kemasan sangat diperlukan dalam hal ini, sekalipun dari segi materi, pesan, dan substansi dakwah tentu tidak akan mengalami perubahan apa-apa, tetap mengacu kepada Al-Qur'an dan Sunnah sesuai dengan paham Muhammadiyah.

Dalam mengembangkan dakwah komunitas bagi kelompok atas, Muhammadiyah perlu mengembangkan beberapa pendekatan:

1. Pemanfaatan Dunia Maya. Memanfaatkan dunia maya sangat penting karena memiliki jangkauan yang sangat luas dan hampir tanpa batas. Perkembangan

teknologi informasi telah menyebabkan perubahan media pembelajaran dari guru personal kepada guru impersonal, dari sifat komunal kepada individual. Pesan-pesan dakwah melalui dunia maya sangat penting untuk menjawab tantangan informasi yang berlawanan arah dengan dakwah Muhammadiyah.

2. Dalam pengembangan dakwah yang lebih bersifat personal, Muhammadiyah perlu memperbanyak “guru ngaji” yang mampu memberikan pelajaran, bimbingan dan pelayanan keagamaan tokoh-tokoh berpengaruh. Muhammadiyah perlu membangun dan memperkuat jejaring sosial dan kedekatan personal dengan kelompok kelas menengah sebagai proses dakwah *top-down*.
3. Memperbanyak publikasi keagamaan melalui penerbitan buku, majalah, brosur, dan lain-lain. Muhammadiyah perlu memfasilitasi para ulama, intelektual, dan muballighnya agar mampu melakukan penetrasi dan kompetisi “pasar ideologi” melalui karya tulis yang berkualitas, populer, dan murah.
4. Mengembangkan metode-metode dakwah yang lebih bervariasi termasuk di dalamnya pelayanan spiritual yang sesuai dengan Sunnah Nabi dengan kemasan yang modern dan berkelas.
5. Meningkatkan profesionalitas, akuntabilitas, dan *branding* lembaga filantropi Muhammadiyah seperti Lazis, wakaf, dan keuangan mikro. Kinerja yang cepat, pelayanan yang penuh penghormatan, akuntabilitas penerimaan dan pemanfaatan serta komunikasi yang intens kepada dermawan melalui berbagai media modern sangat diperlukan.
6. Mengembangkan pesan-pesan dakwah yang bersifat spiritual untuk menjawab tantangan krisis batiniyah akibat kehidupan modern yang serba rasional dan mekanistik. Tanpa harus terjebak pada praktek sufisme

klasik dan tarekat konvensional yang bernuansa bid'ah dan takhayul, apa yang disebut dengan *urban spiritualism* perlu dipertimbangkan sebagai isi dari dakwah Muhammadiyah.

7. Muhammadiyah perlu melatih dan mendidik para da'i termasuk mubaligh yang mampu berdakwah di kalangan menengah ke atas dengan mentalitas dan kemampuan yang cocok atau relevan dengan dunia kehidupan kelompok sosial ini, sehingga menjadi da'i dan mubaligh pencerah.

Karena itu, model dakwah untuk komunitas elit memerlukan pendekatan khusus dengan mempertimbangkan faktor-faktor di atas.

1. Pendekatan Fungsionaris Partisipatoris. Golongan kelas atas adalah kelompok sosial yang diuntungkan oleh status-quo, oleh karena itu pendekatan dakwah yang dilakukan harus bersifat fungsionalis, yaitu dengan mendorong perbaikan perilaku baik secara individual, dalam kehidupan keluarga, dalam kehidupan kelompok, maupun kehidupan sosial kemasyarakatan. Berhadapan dengan kelompok ini jangan sekali-sekali menggunakan pendekatan strukturalis, yaitu mengkritik dan mendorong perubahan sistem sosial yang ada karena mereka akan cenderung menolak. Kelompok atas ini juga memiliki gengsi kolektif yang sangat tinggi dan cenderung berkumpul sesama elit dan menghindari kelas yang lebih rendah, oleh karena itu da'i atau mubaligh yang akan dikirm juga harus memiliki karakter elite (penampilan, pendidikan, bahasa asing, dll) sehingga dapat diterima kelompok ini.
2. Program Kegiatan. Untuk program kegiatan dakwah dan tabligh yang dapat dilakukan untuk menjangkau kelompok elit juga harus mempertimbangkan gaya

hidup dan sistem sosial budaya mereka. Selanjutnya, program kegiatan yang dirancang juga perlu beragam dengan mempertimbangkan aspek gender dan usia (laki – perempuan, tua-muda-remaja-anak).

- a. Mimbar Artikulasi Diri: Para elit mempunyai kecenderungan untuk tampil dan menunjukkan keberadaan dirinya, oleh karena itu salah satu cara untuk mendekati mereka adalah dengan memberi kesempatan untuk tampil di forum-forum Muhammadiyah, baik ceramah, sambutan, peresmian, dan acara seremonial yang lain. Semua dilakukan secara wajar, tidak berlebihan, dan dengan pendekatan dakwah sesuai Kepribadian Muhammadiyah. Kelompok ini secara kontinyu diajak masuk ke dalam kegiatan Muhammadiyah diharapkan para elit tersebut akan merasa memiliki kedekatan dan identifikasi diri sebagai bagian dari warga Muhammadiyah.
- b. Menampung ZIS: Kelompok elit memiliki kelebihan materi yang dapat dimanfaatkan untuk mobilisasi ZIS. Namun yang perlu dicermati adalah kecendrungan simbolis dari para elit untuk tampil dan memperoleh pengakuan publik. Karena itu perlu dipertimbangkan untuk menyusun strategi membuat media di mana nama-nama para elit ini dican-tumkan sebagai “muzakki kehormatan” LazisMu, misalnya. Pendekatan ini pun tetap harus berjalan normal sesuai Kepribadian Muhammadiyah.
- c. Lobi kerjasama: Ketika sudah memiliki akses dengan kelompok elit ini, dapat dikembangkan membangun relasi yang lebih baik dengan mendorong kerjasama program antara Persyarikatan dengan instansi atau perusahaan yang dipimpin oleh mereka melalui pendekatan personal baik melalui yang

bersangkutan atau keluarga dekat sebagai bagian dari cara dakwah. Hubungan kerjasama yang lebih manusiawi semacam ini dan tidak semata “menggali sumbangan” akan memberikan dua hal positif. Pertama, memberikan kesempatan untuk membangun kerjasama program yang bernilai “dakwah”; kedua, mereka akan lebih respek kepada Muhammadiyah karena memiliki kemandirian.

- d. Paket Program AMM: Para elit muda termasuk sasaran dakwah yang potensial. Kelompok ini biasanya menyukai hal-hal yang sifatnya “trendi” sebagai ekspresi dari status sosial mereka. Karenanya perlu dirancang dakwah yang dapat mengisi ruang ini, misalnya kajian-kajian sejarah yang mengeksplorasi pemikiran ilmuwan dari zaman kejayaan Islam, dialog-dialog keislaman yang menarik, dan berbagai praksis dakwah yang lebih aktual bagi kaum muda kelas atas, dengan tetap tanpa kehilangan esensi Islam yang mencerahkan.
- e. Privat Mengaji: Kegiatan ini terutama ditujukan kepada anak-anak dan remaja dari kalangan elit, yaitu dengan menyediakan kajian agama privat ke rumah-rumah/perumahan elit. Karenanya perlu dipersiapkan paket dan materi yang sesuai dengan karakter sosial dan budaya mereka.
- f. Supply buku/bahan ajar: Sejalan dengan poin sebelumnya, perlu disusun materi-materi kajian keislaman Muhammadiyah yang khusus ditujukan untuk kelompok elit, yang sesuai dengan selera dan daya beli mereka.
- g. Paket komunitas/wisata religi: Menyiasati kebiasaan para elit untuk melakukan acara dan pertemuan ritualistik-simbolik, Muhammadiyah perlu juga merancang forum-forum khusus untuk kelompok

ini, baik berupa pertemuan maupun paket-paket wisata religi yang dilengkapi dengan pelajaran Islam yang dapat dipahami.

- h. Silaturahmi nasab: Program ini sangat strategis untuk mendekatkan kelompok elit di Indonesia dengan Muhammadiyah, yaitu dengan melakukan silaturahmi nasab dengan menunjukkan bahwa banyak diantara para elit adalah keturunan pimpinan atau aktivis Muhammadiyah, atau alumni lembaga pendidikan di lingkungan Muhammadiyah. Tentu perlu dikembangkan informasi nasab dari para elite itu, sehingga tepat sasaran.

#### **D. Dakwah Bagi Komunitas Kelas Menengah**

Istilah “Kelas menengah” merujuk kepada kelompok yang sudah mapan dalam profesi dan kehidupan, biasanya ditandai dengan tingkat pendidikan dan penghasilan yang lebih baik dari orangtua mereka, namun belum masuk kelompok elit. Dalam kehidupan di masyarakat, kelompok ini biasanya diwakili oleh: Dosen, Guru, PNS, Wirausahawan, Profesional, dan Aktivis.

Kelompok kelas menengah ini juga memiliki profesi yang beragam, namun sekaligus juga memiliki karakter kolektif yang serupa. Pertama, secara ekonomi mereka ini mapan dan berkecukupan untuk memenuhi kebutuhan hidup secara layak—namun masih harus dengan bekerja. Kedua, secara politik kelompok kelas menengah cenderung akomodatif terhadap sistem yang ada, karena mereka berada ditengah antara kelompok elit dan kelompok bawah. Kelas menengah biasanya akan lebih mudah berkompromi dengan perubahan realitas politik, sebagai upaya untuk bertahan. Ketiga, secara sosial kelas menengah bersifat dinamis, dalam arti mereka memiliki kesempatan untuk berkembang menjadi bagian

kelompok elit atau terperosok jatuh menjadi bagian dari kelompok bawah. Keempat, secara budaya mereka bersifat populer yaitu mencoba meniru perilaku kelompok elit, namun menyesuaikan dengan kemampuan ekonomi mereka. Kelima, secara agama kelompok kelas menengah cenderung reformis dalam arti mereka akan sangat mendukung perubahan perbaikan-perbaikan baik pada level perilaku individu maupun sosial, dan juga terhadap sistem politik ekonomi yang ada, karena reformisme sebenarnya mencerminkan karakter dinamis kelas sosial menengah.

Muhammadiyah dalam melaksanakan dakwah bagi komunitas menengah perlu mengembangkan model sebagai berikut:

1. Pendekatan Interaksionis. Golongan kelas menengah memiliki karakter dinamis, oleh karena itu sifat ini harus ditonjolkan dalam pendekatan dakwah kepada kelompok ini. Dalam orientasi dakwahnya, perlu dibuat porsi yang seimbang antara upaya memperbaiki perilaku dengan upaya mengkritik memperbaiki sistem kehidupan yang ada.
2. Program Kegiatan. Untuk program kegiatan dakwah dan tabligh yang dapat dilakukan untuk menjangkau kelompok menengah harus mempertimbangkan gaya hidup dan sistem sosial budaya mereka. Selanjutnya, program kegiatan yang dirancang juga perlu beragam dengan mempertimbangkan aspek gender dan usia (laki – perempuan, tua-muda-remaja-anak).
- a. Memberi Ruang Aktualisasi Diri: Kelompok menengah adalah kelompok yang hidupnya diwarnai oleh perjuangan dan pertarungan. Dan mereka biasanya sangat menikmati dan cukup bangga dengan prestasi personal mereka—bukan membanggakan leluhur. Karena itu kelompok ini perlu didekati untuk diajak berjuang dan bertarung bersama dakwah Muhammadiyah, untuk

- kebaikan diri dan masyarakat. Dengan secara kontinyu diberi kesempatan terlibat dalam kepemimpinan dan kegiatan Muhammadiyah maka kelompok kelas menengah akan merasa punya kedekatan dan identifikasi diri sebagai bagian dari warga Muhammadiyah.
- b. Menampung ZIS: Meskipun tidak sebesar kelompok elit, kelas menengah juga memiliki kelebihan materi yang potensial dapat dimanfaatkan bagi dakwah. Namun yang perlu dicermati adalah bagaimana memberikan pemahaman atau sosialisasi yang dapat membuat mereka merasa ikut terlibat dan berkontribusi dalam berjuang dan bertarung (dilakukan dramatisasi) mencapai tujuan Muhammadiyah. Perlu menyusun strategi dakwah khusus kelas menengah.
  - c. Paket Program AMM: Kelompok kelas menengah menyukai tantangan dan menikmati prestasi, karena itu perlu dirancang paket-paket dakwah yang bersifat eksploratif menantang, seperti paket tabligh ke wilayah terpencil, atau pemberdayaan kelompok marginal. Paket program ini harus berdurasi pendek, harus dihentikan sebelum mereka mulai jenuh, untuk nantinya disambung lagi ketika semangat mereka sudah pulih kembali.
  - d. Privat Mengaji: Kegiatan ini terutama ditujukan kepada anak-anak dan remaja dari kalangan kelompok menengah, yaitu dengan menyediakan kajian agama privat ke rumah-rumah/perumahan. Tentu saja perlu dipersiapkan paket dan materi yang sesuai dengan karakter sosial dan budaya mereka sebagaimana dijelaskan di atas.
  - e. *Supply* buku/bahan ajar: Sejalan dengan poin sebelumnya, perlu juga disusun materi-materi kajian keislaman Muhammadiyah yang khusus ditujukan untuk kelompok menengah, yang sesuai dengan selera dan daya beli mereka.



- f. Paket komunitas/wisata religi: Kelas menengah punya kecendrungan meniru kelas elit namun disesuaikan dengan isi kantong mereka. Muhammadiyah perlu juga merancang forum-forum “ala elit” untuk kelompok ini, baik berupa pertemuan maupun paket-paket wisata religi yang dilengkapi dengan pelajaran Islam yang dapat dipahami.
- g. Silaturahmi nasab: Program ini sangat strategis untuk mendekatkan kelompok kelas menengah di Indonesia dengan Muhammadiyah, yaitu dengan melakukan silaturahmi nasab dengan menunjukkan bahwa banyak diantara mereka adalah keturunan pimpinan atau aktivis Muhammadiyah, atau alumni lembaga pendidikan di lingkungan Muhammadiyah. Tentu perlu dikembangkan riset nasab yang tidak harus ilmiah akademik namun tetap dapat dipertanggungjawabkan, sebagaimana yang banyak dilakukan di situs-situs luar negeri, untuk melacak hubungan kita yang hidup di masa sekarang dengan tokoh-tokoh di masa lalu.

### **E. Dakwah Bagi Komunitas Kelas Bawah**

Kelompok masyarakat kelas menengah ke bawah (*lower middle-class*) sebagai subjek dakwah memiliki karakteristik yang berbeda dibanding dengan kelompok kelas menengah (*middle-class*) maupun menengah ke atas (*upper-middle class* atau *elites*). Kelompok kelas bawah dapat diartikan sebagai kelompok yang masih memiliki pekerjaan atau sumber penghasilan yang rutin namun karena minimnya penghasilan yang mereka dapatkan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, maka mereka secara ekonomi rentan. Artinya, setiap saat kelompok ini bisa jatuh dalam kemiskinan. Masyarakat yang termasuk dalam kategori kelompok bawah ini antara lain buruh, buruh tani, nelayan, pedagang kecil, pengrajin

dan juga pegawai rendahan. Di dalam Islam, kelompok inilah yang juga bisa dikategorikan sebagai kelompok miskin, yaitu mereka yang penghasilan dari pekerjaannya hanya terbatas untuk memenuhi kebutuhan dan tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sekunder dan apalagi tersier. Oleh karena itu, akses mereka terhadap pendidikan terbatas dan karena itu kesempatan untuk mengembangkan diri juga menjadi lebih sempit secara sosiologis maupun politis.

Meskipun tidak bisa digeneralisasi, terdapat beberapa karakteristik umum dari kelompok bawah ini, baik dilihat dari sikap keagamaan maupun perilaku sosial-budaya, serta kecenderungan politik. Sikap keberagamaan yang bersifat mistikal dan dalam konteks tertentu cenderung sinkretik. Meski demikian sikap komunalitas dan ikatan sosial sesama anggota kelompok dalam masyarakat bawah cukup kuat dibanding kalangan kelas menengah. Namun demikian, kemampuan melakukan penggalangan solidaritas di kalangan mereka tidak mudah dilakukan oleh sesama anggota karena ada keterbatasan kemampuan dalam mengorganisasikan diri. Selain itu, secara politik perilaku kelompok kelas bawah lebih bersifat pragmatis daripada ideologis ataupun idealis. Kencenderungan pragmatis ini dapat dimafhumi karena mereka termasuk orang-orang yang merasa tidak merasa diuntungkan secara langsung oleh pelbagai perubahan cuaca politik di sekitarnya.

Muhammadiyah dalam melaksanakan dakwah bagi komunitas bawah dapat mengembangkan dengan model dakwah sebagai berikut:

1. Strategi populis dan praktis. Pendekatan populis yang dimaksudkan adalah dakwah Islam yang merakyat dengan materi-materi yang mudah dipahami dan bersifat memotivasi. Sedangkan pendekatan praktis adalah dakwah Islam yang sifat materi dakwahnya sesuai dengan kebutuhan dan problematika kehidupan

sehari-hari yang mereka hadapi. Konsep dakwah yang populis-praktis untuk masyarakat kalangan bawah dapat diterapkan dalam pelbagai bentuk kegiatan.

2. Program kegiatan. Mengembangkan kegiatan Tabligh bilisan atau kegiatan ceramah, suatu kegiatan yang paling umum dilakukan dengan bahasa yang mudah dipahami kalangan awam. Materi-materi dakwah untuk kalangan masyarakat bawah disusun sesuai dengan kapasitas pengetahuan dan tingkat pendidikan mereka yang sangat mungkin lebih menyukai hal-hal yang sederhana dan mudah dicerna atau dipahami.
3. Dakwah sosial adalah kegiatan dakwah dalam bentuk kegiatan-kegiatan sosial keagamaan yang tidak hanya berupaya memperkuat pemahaman keagamaan masyarakat terkait dengan hal-hal ibadah mahdlah, melainkan juga kegiatan yang memberikan ruang bagi mereka untuk memperkuat kohesi sosialnya, mengembangkan diri dan kepercayaan diri, meningkatkan optimisme, serta kegiatan keagamaan yang dirasakan dampak sosial dan ekonominya secara lebih nyata.
4. Salah satu bentuk kegiatan sosial untuk masyarakat bawah adalah pendistribusian dana-dana ZIS secara tepat sasaran, Islam tidak hanya dilihat secara idealis, melainkan juga praksis-fungsional. Untuk itu, lembaga ZIS (Lazismu), AUM di bidang sosial dan kesehatan serta majelis yang ada dalam Muhammadiyah memiliki peran penting dalam mendukung dakwah sosial ini, antara lain melalui kegiatan pemberian santunan, beasiswa, pendampingan dan advokasi.
5. Dakwah pendidikan adalah dakwah yang bersifat edukatif untuk mengembangkan pengetahuan atau tingkat literasi masyarakat. Di kalangan masyarakat bawah, diperlukan bentuk dakwah edukatif yang memberikan

kesempatan kepada meningkatkan wawasan, misalnya dengan membuka taman bacaan atau taman pustaka yang dapat memfasilitasi anak-anak, remaja dan bahkan orang-orang dewasa untuk belajar dan meningkatkan pengetahuan mereka, baik di bidang keagamaan, sosial, kesehatan dan sebagainya. Kerjasama antara Majelis Dikdasmen, Majelis Dikti dan Majelis Pustaka menjadi penting untuk mendukung dakwah pendidikan ini.

6. Dakwah ekonomi adalah dakwah yang berorientasi melakukan pendampingan di bidang ekonomi dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin atau kelompok bawah. Dakwah ekonomi ini dapat mewujudkan dalam bentuk pelatihan-pelatihan, pendampingan kegiatan ekonomi, dan pengembangan teknologi tepat guna. Kegiatan dakwah ekonomi ini dapat menjadi bagian utama dari Majelis Ekonomi, Wakaf, dan Lazismu.

## **F. Dakwah Bagi Kalangan Kelompok Marjinal**

Masyarakat marjinal adalah istilah yang sering digunakan untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok masyarakat yang secara sosial, ekonomi dan politik “terpinggirkan”. Artinya, kelompok-kelompok tersebut dianggap tidak mendapatkan tempat yang layak dalam kehidupan bermasyarakat. Pada hakekatnya, kaum marjinal adalah masyarakat yang terpinggirkan dari kebijakan-kebijakan pembangunan. Kelompok masyarakat ini seringkali menjadi korban kebijakan negara yang tidak berpihak pada mereka baik secara kultural maupun struktural, yang tersebar di pedesaan maupun perkotaan. Ketidak-berpihakan negara dan pembangunan tersebut semakin memperlemah posisi kelompok ini sehingga berdampak pada ketertinggalan pendidikan, ekonomi, sosial, dan politik secara luas. Kelompok ini tidak mendapatkan

hak-haknya sebagaimana warga negara yang lain dalam mengakses, mendapatkan manfaat, dan terlibat dalam pembangunan yang menguntungkan mereka.

Masyarakat marjinal sering disebut sebagai masyarakat perifer (*periferal society*), yaitu kelompok masyarakat yang terpinggirkan dalam proses akumulasi modal, akses, dan segala fasilitas kemajuan peradaban hidup manusia modern. Selain itu, kelompok marjinal mengalami diskriminasi, eksploitasi, dan pengasingan dalam berbagai aspek kehidupan baik secara sosial, ekonomi, politik, dan aspek lainnya. Dengan demikian, kelompok marjinal tidak identik dengan kelompok miskin, karena sebagian yang terpinggirkan ada yang tidak miskin atau tidak mau disebut miskin utamanya miskin secara ekonomi. Namun masyarakat miskin adalah kelompok yang termarginalkan akibat dari berbagai kebijakan yang tidak memihaknya maupun karena sebab-sebab yang lain.

Masyarakat marjinal sebetulnya mengalami *deprivation trap*, yaitu perangkap kemiskinan yang terdiri dari lima unsur yaitu kemiskinan itu sendiri, kelemahan fisik, keterasingan atau isolasi, kerentanan, dan ketidakberdayaan. Kelima unsur ini sering saling berkaitan sehingga merupakan perangkap kemiskinan yang benar-benar mematikan peluang hidup orang, dan akhir-akhirnya menimbulkan proses marjinalisasi. Mereka termasuk kelompok masyarakat miskin dalam berbagai aspeknya, sehingga masuk dalam kategori *dhu'afa'* dan *mustadh'afin*, yakni lemah dan dilemahkan atau tertindas oleh sistem yang memarginalkan dirinya. Ketika kesenjangan sosial-ekonomi makin melebar akibat kesalahan kebijakan pembangunan maupun faktor lainnya, maka kaum marjinal makin meluas. Penduduk terbesar memperoleh hasil pembangunan yang sedikit, sementara sebagian kecil penduduk yang menguasai akses sosial ekonomi dan politik yang tinggi menguasai bagian terbesar hasil pembangunan.

Masyarakat marjinal secara ekonomi tergolong masyarakat miskin atau tingkat kesejahteraannya rendah. Masyarakat yang terpinggirkan dari proses pembangunan, seperti kelompok migran yang datang ke kota untuk mengais kehidupan, pada umumnya tidak memiliki ketrampilan (*unskilled labour*). Sebagian besar mereka bekerja pada sektor informal atau berprofesi sebagai buruh, seperti pedagang kaki lima, pedagang asongan, pemulung, anak jalanan, buruh termasuk buruh perempuan, kelompok masyarakat yang tergesur oleh pembangunan, PSK (Pekerja Seks Komersial), pengemis, gelandangan, dan lain sebagainya. Selain itu, kelompok marjinal yang hidup di pedesaan dan pesisir, mereka adalah para petani kecil dan buruh tani, nelayan, dan bahkan masyarakat yang tidak punya alternatif untuk bekerja atau pengangguran. Kelompok marjinal lainnya adalah buruh migran, mereka yang mengadu nasib ke luar negeri sebagai TKI dan TKW yang jumlahnya sangat besar dengan permasalahan yang kompleks.

Kelompok marjinal ini telah keluar atau dikeluarkan dari sistem kehidupan bermasyarakat yang normal. Di bidang ekonomi, kelompok marjinal tidak mendapatkan pekerjaan seperti halnya masyarakat biasa mencari nafkah. Bila kelompok “masyarakat bawah” masih dapat bekerja di sektor-sektor informal, maka kelompok marjinal banyak yang hidup berdasarkan “belas kasihan” orang, seperti pengemis, gelandangan dan anak-anak jalanan. Mereka termasuk dalam kategori masyarakat yang “terlantar” dan “terpinggirkan” dari lingkungan sosial masyarakat umum. Jenis kelompok lainnya yang bisa dimasukkan dalam kelompok marjinal antara lain pemulung dan Pekerja Seks Komersial. Para pemulung menggantungkan hidup mereka dari sampah atau barang-barang yang telah dibuang oleh masyarakat. Oleh karena itu, mereka sering dilihat sebagai orang yang mengambil nafkah dari tempat-tempat “kotor” atau sisa-sisa buangan

masyarakat. Sementara itu, PSK menggantungkan hidupnya dari melayani lelaki hidung belang dan di masyarakat PSK sebagai sebuah entitas juga sering dianggap sebagai penyakit masyarakat.

Kelompok marjinal mengalami kemiskinan, tidak memiliki alternatif pekerjaan, dan hidup penuh dengan ketidakpastian. Masyarakat marjinal tersebut teralienasi dari pembangunan, sehingga mereka mengalami akumulasi kemiskinan baik miskin secara ekonomi maupun miskin secara sosial, bahkan dikhawatirkan dapat mengalami kondisi miskin iman. Kondisi kemiskinan dan permasalahan yang melingkupi masyarakat marjinal dapat menjadi pintu bagi masuknya kelompok-kelompok misi agama lain yang mengarah pada pemurtadan, yang menggunakan pendekatan kultural dan ekonomi yang menyentuh kebutuhan dasar masyarakat miskin.

Kelompok perempuan sering juga disebut sebagai kelompok marjinal, karena sebagian besar perempuan berada pada kondisi yang terpinggirkan karena tidak dapat mengakses dan mendapatkan manfaat dari kebijakan-kebijakan pembangunan, mereka juga sering dilemahkan secara kultural dan struktural. Akibat dari kondisi dan konstruksi pelemahan, maka perempuan sering menjadi korban berbagi bentuk kekerasan dan diskriminasi, sehingga membuat kelompok atau komunitas perempuan menjadi komunitas marjinal atau termarginalisasi dalam masyarakat. Komunitas ini menyebar di kelompok atas, menengah, dan bawah tetapi semuanya mengalami marginalisasi atau peminggiran sehingga disebut komunitas marjinal.

Kelompok pinggiran harus dilihat sebagai korban dari sistem sosial dan ekonomi yang timpang, sehingga mereka mengalami kehidupan yang dipandang tidak normal menurut pandangan umum. Oleh karena itu, untuk memanusiakan dan “memasyarakatkan” kembali kelompok marjinal, mereka

harus dipahami dari berbagai sudut pandang, baik dari sisi ekonomi, sosial-budaya, maupun agama. Pada umumnya secara ekonomi kelompok marjinal adalah kelompok yang miskin dan sebagian dari mereka dapat bahkan di bawah garis kemiskinan, meskipun untuk komunitas marjinal tertentu tergolong menengah ke atas. Secara politik biasanya bersikap apatis, dan secara sosial-budaya, mereka memiliki kecenderungan anti-sistem dan biasanya kelompok ini tidak mempercayai sistem sosial yang menjadi bagian dari kelompok masyarakat lainnya, khususnya kelompok menengah dan atas. Dalam konteks tertentu, mereka menjadi rentan dan rawan akan kejahatan atau perlakuan tidak adil, baik sebagai pelaku maupun sebagai korban. Perilaku keagamaannya sangat mungkin lebih menekankan pada prinsip humanistik, dan tidak lekat dengan konsep ritual.

Berdasarkan pada karakteristik dari kelompok marjinal tersebut, maka diperlukan pengembangan model dakwah bagi komunitas marjinal sebagai berikut:

1. Bagi komunitas marjinal diperlukan pendekatan dakwah yang lebih bersifat humanistik dan menekankan pada keterlibatan organisasi dakwah dalam memperbaiki pola kehidupan sosial dan ekonomi mereka.
2. Tabligh bil-hal atau kegiatan keagamaan yang praktis dan menekankan keterlibatan mereka dalam aktivitas sosial ekonomi adalah pendekatan yang paling mungkin untuk dilakukan. Sikap anti sosial dan apatis yang mungkin menjadi karakter mereka dapat didekati dengan ruang yang bisa memberikan kesempatan bagi mereka untuk mengubah persepsi tentang kehidupan dan membangun harapan. Penyediaan “rumah-rumah singgah” dan “sanggar bermain dan belajar” untuk anak-anak jalanan adalah bentuk dakwah bil hal yang relevan dengan kelompok marjinal, khususnya anak-anak dan remaja.



3. Dakwah sosial untuk kelompok marginal dapat dilakukan dengan menjadikan mereka sebagai bagian dari program-program sosial lembaga keagamaan, seperti dalam pendistribusian ZIS, santunan untuk keluarga dari kelompok marginal dan beasiswa khusus anak-anak jalanan atau anggota keluarga dari kelompok marginal.
4. Dakwah sosial ekonomi untuk kelompok marginal bisa diwujudkan dalam bentuk kegiatan pendidikan keterampilan untuk remaja dan orang-orang dewasa. Untuk itu, gerakan dakwah Muhammadiyah perlu melibatkan lembaga-lembaga yang secara spesifik menggeluti program peningkatan keterampilan kerja. Sebab, tidak mudah mengubah cara pandang kelompok yang sudah anti sosial untuk memasuki kembali kepada sistem sosial kehidupan masyarakat yang lebih kondusif bagi kelompok marginal untuk mengembangkan diri.
5. Dakwah dalam bentuk advokasi adalah bentuk yang paling penting untuk dilakukan bagi kelompok marginal. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, kelompok marginal adalah kelompok yang dipinggirkan oleh sistem. Oleh karena itu, dakwah advokasi dilakukan untuk memperbaiki sistem yang ada, khususnya dalam menggugah perhatian pemerintah dan membangun kesadaran di kalangan kelompok marginal akan hak-hak yang seharusnya mereka dapatkan.

## **G. Dakwah Bagi Komunitas Virtual**

Perkembangan teknologi telah memungkinkan masyarakat untuk melaksanakan berbagai aktivitas kegiatan hidup secara lebih mudah, cepat dan produktif. Salah satu jenis komunikasi yang memiliki perkembangan sangat pesat adalah teknologi komunikasi dan informasi. Keberadaan sistem internet dengan berbagai perangkat (*gadget*) yang terus

berkembang untuk mengaksesnya tidak lagi hanya sekedar sebagai alat untuk komunikasi, melainkan telah menciptakan moda interaksi baru, dan lebih jauh lagi menciptakan realitas sosial baru.

Perkembangan relasi sosial melalui teknologi komunikasi dan informasi yang demikian pesat itu dikenal sebagai realitas dunia maya (*virtual reality*) di mana orang tidak hanya sekedar menggunakan perangkat komunikasi dan sistem internet untuk berkomunikasi, melainkan dapat menciptakan identitas diri yang baru yang agak berbeda atau sangat berbeda dengan identitas dunia sosial nyata yang selama ini hidup dalam masyarakat. Dengan identitas-identitas inilah para pengguna dunia maya saling berinteraksi, sehingga sebenarnya dalam media sosial seperti blog, facebook, twitter, WhatsApp, dan sejenisnya yang berinteraksi bukanlah realitas nyata dari seseorang melainkan realitas virtual yang diciptakan sesuai dengan format media yang ada. Kelompok yang berinteraksi melalui media sosial baru tersebut disebut sebagai komunitas virtual (*virtual community*), yang kini hadir menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern.

Dalam perkembangannya, media sosial yang pada awalnya merupakan bagian pelengkap dari kehidupan nyata masyarakat, semakin hari menempati porsi yang semakin besar sehingga semakin banyak anggota masyarakat terutama generasi muda yang aktivitas dan komunitas hidupnya lebih banyak berada di dunia maya daripada di dunia nyata. Menurut data yang dirilis oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet di Indonesia, diperkirakan pengguna internet di Indonesia mencapai jumlah 77 juta pada tahun 2013, meningkat lagi menjadi 107 juta di tahun 2014, dan diperkirakan pada akhir 2015 sudah akan mencapai 139 juta orang, atau sekitar separoh dari seluruh jumlah warga negara Indonesia.

Dari perspektif dakwah, kehidupan dunia maya secara umum dan media sosial secara khusus merupakan realitas

baru yang belum banyak digarap oleh Muhammadiyah. Padahal segmen ini merupakan wilayah yang bukan hanya sangat potensial karena telah memiliki komunitas yang banyak anggotanya, melainkan juga strategis karena ke depan kehidupan masyarakat akan semakin tergantung kepada teknologi informasi dan komunitas dunia maya. Muhammadiyah memang sudah banyak menggunakan teknologi modern, termasuk media sosial (situs web, facebook, WhatsApp group, dan lain-lain), untuk melakukan komunikasi dan menyampaikan informasi dakwah, namun intensitas dan kapasitasnya masih terbilang rendah dibandingkan dengan komunitas yang harus dijangkau. Dalam hal ini Muhammadiyah masih tertinggal beberapa langkah dari sejumlah organisasi dakwah lain yang sangat aktif berkomunikasi dan berinteraksi dengan publik yang menggunakan media sosial.

Muhammadiyah perlu semakin terlibat proaktif dan sistematis dalam melakukan dakwah pada komunitas media sosial dengan dua tujuan pokok. Pertama, sebagai media komunikasi, yaitu untuk mempertahankan hubungan dan penyampaian pesan dakwah kepada umat dan warga persyarikatan yang semakin hari semakin banyak memanfaatkan media sosial. Kedua, sebagai upaya memberikan warna dakwah ke dalam interaksi media sosial yang cenderung lebih banyak berisi aktivitas untuk mengisi waktu luang (*trivial activities*) dan beresiko membawa dampak sosial seperti pertengkaran, penipuan, perselingkuhan, hingga perkelahian dan pembunuhan. Ketiga, terlibat dalam eksperimentasi penemuan dan penciptaan komunitas dunia maya alternatif yang lebih bertanggungjawab, bermoral dan Islami sesuai dengan cita-cita Muhammadiyah menuju tewujudnya masyarakat Islam yang sebenar-benarnya.

Komunitas virtual itu heterogen, mereka bergabung dalam “jamaah” Facebookers, Tweeters, Bloggers, Monitor

(Pendengar Radio), Online News, Sineas, dan lain-lain. Kondisi ekonomi kelompok ini sangat variatif dari yang berpenghasilan rendah, sedang, sampai tinggi. Orientasi politiknya dinamis; bahkan menjadi kekuatan baru dalam dunia perpolitikan seperti dalam Pemilihan Presiden dan berbagai kepentingan politik lainnya. Komunitas ini secara budaya segmental; artinya terpolarisasasi dalam beragam orientasi kolektif, pola relasi, dan sistem pengetahuan yang majemuk serta gampang sekali berubah. Orientasi sosial mereka eksklusif, yang cenderung berada dalam “dunia” sendiri, tidak jarang memiliki sikap fanatik sosial tertentu. Sedangkan dalam hal orientasi keagamaannya heterogen, baik yang berafiliasi pada agama tertentu, lebih cair lagi di antara mereka tidak sedikit yang mengedapankan orientasi spiritual yang bersifat “lintas” yang jika dibiarkan lepas akan cenderung “anti-agama” atau “spiritualitas tanpa agama”.

Dalam rangka melaksanakan dakwah komunitas virtual diperlukan pendekatan yang menggunakan model sebagai berikut:

1. Metode Partisipatoris untuk mendorong perubahan perilaku, artinya kelompok ini karena berada dalam ruang sosial yang cair maka diperlukan model dakwah yang menekankan pada perubahan orientasi pengetahuan, sikap, dan tindakan sesuai dengan pesan dakwah Islam yang tentu saja bermuatan pencerahan. Mereka dapat disasar sesuai dengan pengelompokan jenis kelamin, usia, minat, kepentingan, identitas kelompok, dan lain-lain.
2. Media kegiatan dakwah bagi komunitas virtual ialah melalui Tabligh bil-Qalam yaitu dengan mengembangkan media Literasi dan pemanfaatan media sosial yang bersifat tertulis dengan berbagai pesan yang mencerahkan.
3. Menampung dan distribusi ZIS, banyak contoh yang dikembangkan bahwa media virtual dapat dijadikan

sarana cukup efektif untuk memobilisasi dana ZIS maupun lainnya yang dikenal sebagai “ZIS Online”, sekaligus menjadi media pendistribusinya. Kini kegiatan “bisnis online” bahkan berkembang dan menjadi tren baru di dunia sosial media.

4. Model kegiatan lainnya ialah pembentukan kelompok (relawan online) sebagai model pembentukan “jamaah” melalui sosial media. Selain itu dikembangkan “Sharing informasi” dengan komunitas virtual dengan materi dan isu-isu keislaman yang menarik dan sesuai kebutuhan serta alam pikiran mereka. Di samping itu dapat dikembangkan model Tutorial yang berisi berbagai paket pelajaran Islam dan Kemuhammadiyah yang lebih “inklusif”, termasuk paket tutorial “Islam untuk pemula”. Program lainnya ialah “Produksi media/program” dan “Muhammadiyah Online store” yang juga dikemas dengan apik dan menarik sebagaimana tren dunia vertual untuk berbagai segmen sasaran dakwah.

Muhammadiyah dalam rangka mengembangkan model dakwah bagi komunitas virtual sebagaimana dikemukakan di atas perlu melakukan pengorganisasian sebagai berikut:

1. Sosialisasi kepada semua jajaran pimpinan dan aktivis tentang dakwah di dunia maya dan media sosial. Muhammadiyah perlu mendorong warganya, dari semua kalangan usia tua dan muda maupun laki-laki dan perempuan, sebagai kelompok yang faham (*literate*) dengan dunia maya dan bagaimana melakukan dakwah di media sosial.
2. Mendorong seluruh jajaran pimpinan dan amal usaha Muhammadiyah untuk memiliki akun media sosial dan terlibat aktif dalam berkomunikasi dalam komunitas dunia maya sebagai bentuk baru dunia dakwah.

3. Melakukan duplikasi materi-materi dan forum-forum dakwah di lingkungan Muhammadiyah yang selama ini hanya ada pada tataran nyata (buku bacaan, majalah, ceramah, diskusi) ke dalam dunia maya melalui media-media sosial untuk meluaskan jangkauan audiensnya.
4. Membentuk dan melatih kelompok-kelompok aktivis dan relawan persyarikatan yang aktif berdakwah di dunia maya dan media sosial, baik secara kognitif dalam menyampaikan informasi dan argumen dakwah, maupun secara interaktif dengan membuat model komunikasi dan interaksi di media sosial dan di dunia maya secara umum yang sesuai dengan norma ajaran Islam dalam Muhammadiyah.

#### **H. Dakwah Bagi Komunitas Khusus**

Komunitas dalam makna khusus merujuk pada kelompok-kelompok sosial tertentu yang memiliki kesamaan minat, kepentingan, dan identitas yang unik. Kelompok sosial tersebut terdapat di berbagai lingkungan masyarakat dari kelas bawah sampai menengah ke atas, baik dalam identitas yang mengandung pandangan positif maupun yang memperoleh stigma atau anggapan negatif tertentu dalam masyarakat. Sejumlah komunitas khusus yang memiliki ciri dan minat keagamaan seperti kelompok-kelompok pengajian (beragam majelis taklim), komunitas muallaf, komunitas tasawuf, mujahadah, istighasah, dan berbagai jamaah sejenis dalam beragam kecenderungan paham dan aliran yang memerlukan dakwah Muhammadiyah.

Komunitas sosial lain yang elitis seperti Sosialita (kelompok kelas atas yang memiliki gaya hidup eksklusif), penggemar Moge (Motor Gede), dan berbagai komunitas yang berkembang di lingkungan kelas menengah ke atas. Kelompok ini secara sosial ekonomi mapan, bahkan sebagian

berlebih, namun memerlukan aktualisasi diri dan penyaluran waktu senggang untuk mencari atau menemukan “dunia lain” yang dapat memberi mereka rasa nyaman, puas, dan gembira. Kelompok ini memerlukan dakwah spiritualitas dan pencerahan pikiran yang memberikan “kanopi suci” atau semacam oase bagi atas “kegersangan ruhani”. Sebagian komunitas ini mungkin mengalami “*the lost of soul*” atau kekeringan jiwa sehingga membutuhkan siraman keagamaan yang menyejukkan, mendamaikan, menenteramkan, dan menyelamatkan.

Komunitas lainnya yang kehadirannya agak meresahkan antara lain “gang motor” yang pelakunya dari berbagai lapisan, yang juga memerlukan dakwah bagi komunitas ini agar mereka mengisi waktu luang dengan hal-hal positif. Demikian pula komunitas sejenis tetapi dengan konotasi positif seperti “Penggemar Sepeda” dan berbagai komunitas minat sejenis yang banyak melibatkan anak-anak remaja di kota-kota besar. Kelompok ini juga memerlukan pendampingan dakwah agar berekreasi dan berekreasi secara positif.

Komunitas khusus dalam masyarakat tersebut memiliki karakteristik yang beragam dan khas. Secara ekonomi terbilang variatif. Bagi kelompok yang memiliki kesamaan minat atau hobi umumnya mereka berangkat dari kelompok yang mapan secara ekonomi hingga memerlukan ruang aktualisasi lebih yang dituangkan dalam wujud kecenderungan menggeluti sesuatu yang unik dan khas seperti para otomotif club, hijabers, geng moge, dan sejenisnya. Meski di antara komunitas tersebut pada awalnya memiliki kondisi ekonomi pas-pasan namun setelah menggeluti hobi tertentu justru menjadi ahli atau memiliki kecakapan hingga bisa membuatnya tercukupi secara ekonomi seperti para traveler, bookers, dan novelis. Secara politik kelompok ini cenderung bersikap dinamis dalam pengertian tidak terlalu mengasosiasikan diri dalam kelompok politik tertentu namun memiliki sikap kritis terhadap

kebijakan politik khususnya menyangkut kepentingan mereka. Karena kelompok ini tergolong variatif maka secara budaya mereka tersegmentasi sesuai dengan kecenderungan, selera, minat dan kepentingan masing-masing. Hal ini pula yang membuat kelompok ini secara sosial bersifat eksklusif karena relasi sosialnya cenderung terbatas pada orang-orang yang memiliki kesamaan minat, kepentingan dan identitas. Sedangkan dalam sikap keberagamaan juga bervariasi, tetapi memiliki kecenderungan umum beragama secara “minimalis” dan non-ritual yang berbeda dengan kelompok santri.

Apapun karakteristik komunitas khusus ini, dalam kenyataannya merupakan kelompok sosial yang faktual atau manifes tumbuh dan berkembang dalam kehidupan masyarakat Indonesia saat ini, yang diperkirakan akan semakin luas. Komunitas dalam makna khusus merujuk pada kelompok-kelompok sosial tertentu yang memiliki kesamaan kepentingan, minat, dan identitas yang unik. Kondisi ini sebenarnya membuka peluang bagi Muhammadiyah untuk masuk pada ruang sosial komunitas ini yang jika mampu melakukannya akan lebih efektif untuk kepentingan dakwah. Berikut ini beberapa model komunitas khusus yang berkembang di masyarakat yang secara minimal dapat diberi warna (*shibghah*) oleh dakwah Muhammadiyah yang bersifat pencerahan.

## **1. Model Dakwah Khusus pada Komunitas Hobi**

Komunitas hobi merupakan kelompok sosial khusus yang berkumpul secara intensif dan disatukan dalam ikatan kesamaan minat tertentu yang spesifik. Komunitas hobi yang kini berkembang antara lain: hijabers, bikers (geng motor, sepeda), klub otomotif, bookers, pecinta alam, travelers, seniman dan lain sebagainya. Anggota komunitas hobi ini memiliki relasi sosial yang lekat satu sama lain, yang



disatukan oleh kegemaran sosial tertentu sesuai minat dan kesenangannya. Hobi bagi kelompok ini berkembang menjadi identitas diri dan kelompok, yang tidak jarang tampil eksklusif di mata kelompok sosial lain dalam masyarakat.

Program dakwah yang dapat dilakukan terhadap komunitas ini di antaranya: *Tabligh bil lisan* yakni memberikan ceramah yang aktual-kontekstual, *tabligh online*, khusus bagi komunitas hobi yang tergolong mapan bisa dijaring untuk menjadi muzaki Zis (zakat, infak dan sedekah) untuk kemudian didistribusikan oleh Muhammadiyah bersama komunitas bersangkutan kepada yang berhak. Karena umumnya orang-orang yang berada dalam komunitas ini berangkat dari sebuah kesadaran bersama, maka pendekatan dakwah yang bisa dilakukan oleh Muhammadiyah adalah model partisipatoris yakni mendorong komunitas untuk melakukan perubahan perilaku yang sesuai dengan ajaran agama atau Pedoman Hidup Islami Warga Muhammadiyah.

## **2. Model Dakwah Khusus pada Komunitas Kesamaan Kepentingan**

Kecenderungan bersosialisasi masyarakat acapkali dilatarbelakangi oleh adanya kesamaan kepentingan dengan orang lain. Akibat kesamaan tersebut pembentukan komunitas menjadi lebih mudah dan menjadi nyaman bagi anggotanya. Hal ini pun dijumpai dalam masyarakat saat ini yang membentuk komunitas berdasarkan adanya kepentingan bahkan misi dari latarbelakang berkomunitas tersebut. Dapat dijumpai komunitas Majelis Taklim yang banyak berkembang di kota-kota besar lintas profesi dan strata sosial. Berkat dakwah Islam yang intensif, lahir pula Komunitas Muallaf yang umumnya mengalami nasib yang sama pada awal masa keislamannya, yaitu memiliki semangat belajar yang tinggi untuk mengenal Islam, namun mengalami peminggiran atau

pengasingan dari keluarga dan komunitas asalnya. Komunitas lainnya ialah jamaah atau kelompok-kelompok tasawuf yang menyeruak di tengah-tengah gemerlap kehidupan kota dan haus akan spiritualitas baru yang non-verbal. Terdapat pula Komunitas *Blood for Life*, komunitas yang terbentuk untuk menjaring donor darah untuk didistribusikan kepada yang membutuhkan, kepada korban terdampak bencana alam yang membutuhkan uluran bantuan, dan kepada yang memerlukan sebagai bentuk kepedulian dan sikap kemanusiaan terhadap sesama. Selain itu saat ini perlahan tapi pasti muncul komunitas LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual dan Transjender) yang hadir menuntut kebebasan dan apa yang mereka sebut sebagai hak untuk menentukan orientasi seksual yang diakui oleh publik dan negara.

Muhammadiyah memiliki otoritas dan kapabilitas untuk mendampingi komunitas yang memiliki kepentingan khusus ini. Program yang dapat dilakukan adalah Tabligh bi-lisan, yakni memberikan ceramah yang aktual-kontekstual hingga bisa menyentuh kesadaran komunitas pada jalan Ilahi yang haq, yang modelnya harus dikemas secara cerdas sesuai pendekatan “*ala qadri ‘uqulihim*” melalui paket-paket taligh yang mencerahkan dan mengubah perilaku mereka. Penampungan dan distribusi ZIS, beasiswa pendidikan, paket kesehatan dan santunan sosial bagi anggota komunitas yang tidak mampu, atau melalui pendampingan dan advokasi, pemberdayaan ekonomi serta pendidikan keterampilan kerja bagi yang memerlukannya. Dengan program-program tersebut, diharapkan komunitas “kepentingan” ini atas dapat mengalami perubahan perilaku sesuai dengan nilai-nilai Islam yang luhur.

### 3. Model Dakwah Khusus karena Kesamaan Identitas

Kelompok lain adalah komunitas yang terbentuk karena adanya kesamaan identitas maupun keunikan. Kelompok ini kadangkala menjadi kelompok yang rentan karena untuk memenuhi kebutuhan hidupnya memerlukan pendampingan hingga bantuan orang lain. Masuk dalam kriteria ini adalah komunitas orang tua berusia lanjut (lansia) dan para difabel. Muhammadiyah dengan beberapa unsur pembantu pimpinan serta ortomnya bisa melakukan program-program: Tabligh bil lisan yakni ceramah motivatif yang aktual-kontekstual, mendistribusikan ZIS, pembentukan kelompok, pemberian beasiswa pendidikan, paket kesehatan dan santunan sosial, atau melalui pendampingan dan advokasi hak-hak warga negara, pemberdayaan ekonomi serta pendidikan keterampilan kerja.

Dakwah kepada komunitas ini selain untuk pendampingan, pada saat yang sama perlu diperjuangkan dan dipenuhi kepentingan kelompok khusus ini dalam hal mendapatkan akses yang layak dari negara maupun masyarakat, sehingga hak-hak sosialnya terjamin. Selain itu dipelukan dakwah untuk memberdayakan mereka hingga mampu bersosialisasi dan hidup bersama masyarakat secara egaliter, respek, dan terbentuk proses integrasi sosial sejalan nilai-nilai Islam yang utama.

Komunitas lain yang lebih longgar yang berada di lingkungan amal usaha Persyarikatan. Para orang tua siswa maupun mahasiswa di lingkungan pendidikan Muhammadiyah, termasuk 'Aisyiyah, bersama keluarga besarnya. Demikian pula para keluarga dari pasien-pasien Rumah Sakit dan Poliklinik Muhammadiyah maupun lembaga amal usaha lainnya yang melibatkan konsumen atau pihak masyarakat. Kelompok-kelompok khusus ini selama ini mungkin luput dari perhatian dakwah dan jangkauan gerakan Muhammadiyah. Padahal mereka selain jumlahnya banyak juga memiliki ke-

kuatan sosial tertentu yang jika mampu dimanfaatkan oleh Muhammadiyah sebagai sasaran selaligus mitra dakwah, maka akan berdampak luas bagi kepentingan misi gerakan Islam ini. Komunitas khusus ini tidak diundang untuk menjadi bagian dari amal usaha Muhammadiyah tetapi daya jangkau dan orientasi kehidupannya dapat dijadikan jalan membangun keluarga atau anggota Muhammadiyah yang besar dan meluas di seluruh lingkungan dan warga Muhammadiyah.

Komnitas khusus apapun jenis dan kecenderungan kolektifnya memerlukan sapaan dakwah sesuai dengan keadaan dan karakter mereka, sehingga Muhammadiyah hadir di tengah-tengah kehidupan mereka dengan membawa perubahan ke arah yang lebih mencerahkan. Berbagai model dakwah dengan materi, pendekatan, strategi, dan cara yang bervariasi sesuai dengan corak komunitas kelompok ini dapat dikembangkan oleh Muhammadiyah. Dalam hal ini Muhammadiyah penting melakukan langkah-langkah sebagai berikut. Pertama, identifikasi kelompok dakwah pada komunitas khusus untuk memahami peta kondisi, masalah, dan katakter masing-masing. Kedua, perumusan dan penentuan model-model dakwah bagi komunitas khusus. Ketiga, pengorganisasian sumberdaya da'i untuk kepentingan dakwah komnitas pada kelompok ini. Dakwah komunitas untuk kelompok ini memerlukan perhatian khusus Muhammadiyah karena kehadiran komunitas (jamaah) dalam beragam kelompok dan kecenderungan hidupnya merupakan realitas sosial yang nyata untuk diberi jawaban dakwah oleh Muhammadiyah. Muhammadiyah sebagai

Gerakan Islam yang menjalankan misi dakwah dan tajdid untuk mewujudkan masyarakat Islam yang sebenarnya niscaya hadir pada setiap kelompok atau komunitas apapun dan di manapun untuk menjadi obor pencerahan yang membebaskan, memberdayakan, dan memajukan kehidupan umat manusia yang berperadaban utama.

## I. Khatimah

Perkembangan Muhammadiyah saat ini maupun ke depan makin dihadapkan pada model kehidupan komunitas atau jamaah yang heterogen dalam berbagai aspeknya, yang memerlukan model dakwah komunitas atau dakwah jamaah yang mengandung pemikiran, pendekatan, strategi, dan pola aktivitas baru yang lebih relevan dan aktual. Muhammadiyah sebagai gerakan Islam yang membawa misi dakwah dan tajdid harus tampil sebagai kekuatan pencerahan dalam memberi *shibghah* atau corak kehidupan masyarakat yang berubah dan berkembang dinamis itu sebagaimana menjadi komitmen gerakannya di abad kedua.

Komunitas atau jamaah dalam kehidupan masyarakat Indonesia baik di perkotaan dan pedesaan maupun kawasan lain berkembang pesat dan dinamis seiring dengan perkembangan zaman yang menjadi hukum kehidupan. Komunitas (jamaah) sebagai kelompok-kelompok sosial umum yang memiliki identitas heterogen maupun kelompok-kelompok sosial khusus yang memiliki identitas yang homogen dalam masyarakat di berbagai struktur dan lingkungan kehidupan merupakan sasaran dakwah yang harus menjadi perhatian Muhammadiyah dalam sistem gerakannya, terutama ketika gerakan Islam ini memasuki abad kedua.

Dalam lima tahun ke depan (periode 2015-2020) Muhammadiyah dituntut untuk mewujudkan gerakan pencerahan yang mengandung misi dakwah yang membebaskan, memberdayakan, dan memajukan kehidupan masyarakat di segala bidang ke dalam berbagai model dakwah pencerahan yang benar-benar aktual. Di antaranya ialah dakwah pencerahan dalam model dakwah komunitas yang dapat membawa perubahan yang bersifat membebaskan, memberdayakan, dan memajukan kehidupan kelompok-kelompok sosial di berbagai segmen sosial yang tumbuh pesat di Indonesia kurun mutakhir.

Keragaman komunitas mensyaratkan tersedianya kader-kader dakwah dengan kemampuan dan keterampilan khusus dan tidak konvensional dalam berdakwah. Dengan kata lain, dakwah komunitas perlu didukung oleh kader-kader dakwah yang dinamis, memiliki visi pembaruan, serta kemampuan analisa dan mobilisasi sosial yang baik serta mampu merumuskan kepentingan komunitas dan memperjuangkannya. Dalam konteks inilah, konsep dakwah komunitas Muhammadiyah memiliki ruang yang lebih luas untuk diimplementasikan di abad kedua ini.

Dengan demikian Muhammadiyah diharapkan semakin dapat diterima secara meluas dalam berbagai struktur dan lingkungan masyarakat Indonesia yang memberi identitas pencerahan. Melalui Dakwah Komunitas sebagai Pengembangan Model Dakwah Pencerahan yang Berbasis Gerakan Jamaah maka seluruh usaha, program, dan aktivitas Muhammadiyah dalam berbagai aspeknya dapat membawa perubahan yang bersifat membebaskan, memberdayakan, dan memajukan kehidupan umat manusia keseluruhan sebagai wujud aktualisasi misi dakwah dan tajdid yang menyebarkan risalah rahmatan lil-'alamin.

**YOGYAKARTA**

Jalan Cik Ditiro 23 Yogyakarta 55225  
Telp. +62-274-553132, Fax. +62-274-553137

**JAKARTA**

Gedung Pusat Dakwah Muhammadiyah  
Jalan Menteng Raya 62 Jakarta 10340  
Telp. +62-21-3903021, 3903022, Fax. +62-21-3903024

Website : [www.muhammadiyah.or.id](http://www.muhammadiyah.or.id) | E-mail : [pp\\_muhammadiyah@yahoo.com](mailto:pp_muhammadiyah@yahoo.com)