

Jaringan Dakwah Antar Masjid

(Studi Monografi Dakwah Forum Silaturahmi Masjid Margahayu
Raya Bandung)

Penulis:

H. Yusuf Zaenal Abidin

Marlida Maulidawati

Asep Abdul Malik

Ahmad Fauzi

Muhamad Iqbal Tawakal

Editor:

Asep Iwan Setiawan & Khoiruddin Muchtar

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR
i DAFTAR ISI	Error! Bookmark not defined.
BAB I Pendahuluan	2
A. Wajah Dakwah Indonesia.....	2
BAB II WAJAH DAKWAH INDONESIA.....	7
A. Kerja Monografi Dakwah.....	7
B. Temuan dan Analisis Data.....	14
C. Demografi Objek Penelitian (Kelurahan Manjahlega).....	14
1. Kondisi Geografis Kelurahan Manjahlega.....	15
2. Kondisi Demografis Kelurahan Manjahlega Berdasarkan Agama.....	15
3. Kondisi Demografis Kelurahan Manjahlega Berdasarkan Jenis Kelamin.....	15
4. Kondisi Demografis Kelurahan Manjahlega Berdasarkan Usia Pendidikan	16
5. Kondisi Demografis Kelurahan Manjahlega Berdasarkan Pekerjaan	17
BAB III DATA MONOGRAFI DAKWAH.....	19
A. Profil FSAM & Anggota FSAM/DKM (<i>Da'i</i>).....	19
1. Keberadaan Penceramah / <i>Da'i</i> Tetap	26
2. Rentang Usia Penceramah	28
3. Pendidikan Formal Penceramah	29
4. Profesi Penceramah.....	29
5. Afiliasi Organisasi Penceramah	30
6. Lokasi dan Waktu Kegiatan Dakwah di Masjid	31
7. Media dan Metode Dakwah Penceramah	31
8. Sarana dan Prasarana Penunjang Aktivitas Dakwah.....	33
9. Kesejahteraan Penceramah/ <i>Da'i</i>	34
10. Program Kerja FSAM	35
11. Profil Jamaah Masjid Anggota FSAM (<i>Mad'u</i>).....	38
12. Jenjang Pendidikan Jamaah Masjid.....	39
13. Afiliasi Organisasi	40
14. Waktu Kegiatan Dakwah yang Paling Sering Diikuti atau Disukai Oleh Jamaah	41
15. Media Dakwah yang Disenangi	42
16. Materi Dakwah yang Paling Digemari.....	43
17. Metode Dakwah yang Paling Digemari.....	44
18. Busana Penceramah yang Digemari.....	45
B. Kelompok Urban <i>Well-Educated</i>	45
BAB IV PENUTUP	46
Daftar Pustaka.....	49
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

BAB I Pendahuluan

A. Wajah Dakwah Indonesia

Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya adalah penganut agama Islam. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri tahun 2018 bahwa penduduk Indonesia berjumlah 266.534.836 jiwa dengan 86,7% beragama Islam. Indonesia merupakan wilayah dengan penduduk muslim terbanyak di dunia. (Gross, 2016:1) Meskipun Indonesia berasaskan Pancasila namun dalam hukum positif ada sejumlah regulasi atau undang-undang yang berasaskan ajaran Islam seperti perkawinan, peradilan agama, perbankan syariah, wakaf, pengelolaan zakat, penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, serta Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2019 tentang Pesantren. Secara demografis sebagian besar penganut agama Islam di Indonesia berada di wilayah Indonesia bagian Barat, seperti di pulau Sumatra, Jawa, Madura, dan Kalimantan. Sedangkan untuk wilayah Timur sebagian besar penganut Islam berada pada wilayah Sulawesi, Nusa Tenggara Barat, dan Maluku Utara dan enklave tertentu di Indonesia Timur seperti Kabupaten Alor, Fakfak, Haruku, Banda, Leihitu, Tual, dan lain-lain.

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Berdasarkan data Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat pada tahun 2020 bahwa penganut agama Islam berjumlah 42.589.118 jiwa.. Sedangkan jumlah penganut agama Islam di kota Bandung Berdasarkan data Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Barat yaitu berjumlah 2.829.089 jiwa. Hal tersebut menandakan bahwa penganut agama Islam merupakan mayoritas baik di Provinsi Jawa Barat maupun Kota Bandung. Juga menandakan keberhasilan dakwah Islam pada wilayah Jawa Barat dan Kota Bandung.

Dakwah dalam bahasa Arab kata *dakwah* berasal dari akar kata *dal*, *'ain*, *wawu* yang berarti dasar kecenderungan kepada sesuatu yang disebabkan suara dan kata. Dari akar kata tersebut terangkai kata *da'a*, *yadu*, *dakwah* yang memiliki arti menyeru, memanggil, mengajak, menjamu. Sehingga muncul isim *fa'il da'i* yang berarti orang yang mengajak ke agamanya atau ke mazhabnya. (An-Nabiry, 2008:17). Pengertian dakwah mengandung arti ajakan kepada jalan Allah SWT dalam bentuk perbuatan, lisan, maupun tulisan sehingga apa yang diperbuat di dunia akan mendapatkan berkah dan kebahagiaan di akhirat. (Tajiri, 2015 :16).

Makna dakwah sangat luas jika merujuk suatu kegiatan mengajak atau menyeru pada jalan Allah bahwa dakwah bisa dilakukan melalui *dakwah bil-lisan*, *dakwah bil-hal*, *dakwah bit-tadwin* dan *dakwah bil-hikmah*. Akan tetapi pada kenyataannya makna dakwah seringkali dipersempit sebagai kegiatan menyeru dan mengajak secara lisan (*dakwah bil-lisan*) baik secara *da'wah fardiyah* maupun *da'wah ammah*. Sehingga apabila dakwah dipahami sebagai kegiatan ceramah atau pidato

(*altabligh*) maka kemampuan yang diutamakan adalah retorika. Retorika yaitu ilmu yang mempelajari cara mengatur komposisi kata-kata agar timbul kesan yang telah dikehendaknya pada diri khalayak. (Rakhmat, 2010:10).

Dakwah yaitu suatu kegiatan mengajak atau menyeru menuju petunjuk Allah atau jalan Allah. Jalan Allah (*sabilillah*) mengandung makna kebenaran mutlak (*alhaqq*), keadilan (*al-'adl*) dan kebaikan umum (*al-maslahah al-ammah*). Dakwah merupakan kegiatan yang mengajak mad'u baik dalam bentuk tulisan, tingkah laku, dan sebagainya. Kegiatan dakwah dilakukan secara sadar serta berencana dalam usaha mempengaruhi mad'u, baik secara individual maupun kelompok. Sehingga timbul dalam diri mad'u suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan, serta pengamalan ajaran agama sebagai *message* (pesan) yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur paksaan (Arifin, 2015: 8-9).

Dakwah mengikuti perkembangan jaman sesuai dengan konsep *al-Islamu shalih likulli zaman wa makan* (Islam sesuai dengan kondisi waktu dan tempat). Pada era informasi termasuk pada masa pandemi, maka dakwah digital merupakan salah satu metode dakwah yang bisa dilakukan sebagai upaya mengikuti perkembangan jaman. Dakwah digital merupakan kegiatan ajakan menuju jalan Allah yang dilakukan secara terencana menggunakan media digital untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Media digital yang dimaksud disini adalah *new media* yaitu terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Istilah media baru muncul karena adanya internet dimana media yang ada saat ini menggunakan jaringan internet. Media baru sebagai teknologi komunikasi yang memungkinkan untuk terjadinya interaktivitas antara pengguna dengan informasi. Bila dikaitkan dengan media saat ini, interaktivitas merupakan karakteristik dari sebagian besar media, khususnya media yang beroperasi secara daring. (William, Rice, Rogers. 1988: 3)

Dakwah digital merupakan dakwah yang memanfaatkan teknologi informasi komunikasi digital melalui jaringan internet. Dimana teknologi digital dimulai dari perkembangan komputer yang kemudian muncul jaringan internet yang memudahkan untuk berbagi data antara pengguna komputer. Perkembangan internet ternyata memicu adanya telepon seluler yang pada akhirnya muncul media online dan paling terbaru yaitu media sosial. Sehingga pada masa sekarang ini dikenal dengan era digital yaitu masa dimana informasi dengan mudah dan cepat disebarluaskan melalui jaringan internet. (Sukirman, 2018:2).

Dakwah digital secara karakteristik dapat dikategorikan sebagai dakwah kontemporer yaitu dakwah yang menggunakan fasilitas teknologi modern dengan tiga indikator yaitu da'i yang kontemporer, materi dakwah yang kontemporer, dan penggunaan media yang kontemporer. Saat ini isu-isu kontemporer juga mulai merambah kehidupan manusia. Pengaruh kehidupan modern mendorong umat Islam semakin gencar mengikuti perubahan tersebut, termasuk orang tua, remaja dan

anakanak. Isu-isu tersebut juga telah memasuki sistem dakwah yang sedang dikembangkan oleh para da'i dan ilmuwan dakwah di Indonesia. (Fakhruroji, 2017:5)

Pemilihan media dan penyusunan pesan merupakan hal yang penting pada dakwah digital. Media dalam bahasa arab disebut dengan kata *wasilah* (plural: *wasail*). *Wasilah* merupakan sesuatu yang dijadikan alat dan sarana mencapai tujuan (*ma yaqatarrah bihi ala al-syay'i*) atau alat yang membantu da'i dalam menyampaikan dakwah agar efektif dan efisien (*ma yasta'in bihi al da'i ala Tablighi da'watihi ala nahwi naf'in mutsmir*). Menurut Abdullah ibn Ahmad al-Ghilaf al-Ghamidiy kata *wasilah* diartikan juga sebagai alat atau sarana yang digunakan da'i dalam menyampaikan dakwah kepada mad'u (*ma yastakdimun al-da'i min wasa'il hisyiyah li naql al-da'wah ila mad'uwin*). (Ismail, 2018:201).

Metode penyampaian pesan dakwah digital berkaitan dengan konsep komunikasi efektif yaitu da'i dan mad'u sama-sama memiliki pengertian yang sama tentang suatu pesan atau *the communication is in tune* yaitu kedua belah pihak yang berkomunikasi sama-sama mengerti apa pesan yang disampaikan. Komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian sehingga dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. (Tubbs dan Moss, 1996:23-28). Wilbur Schramm melihat pesan sebagai tanda esensial yang harus dikenal komunikan. Semakin tumpang tindih bidang pangalaman (*field of experience*) komunikator dengan bidang pengalaman komunikan, akan semakin efektif pesan yang dikomunikasikan. (Effendy, 2008:7).

Dakwah tidak bisa dipisahkan dari komunikasi. Komunikasi sebagai ilmu akan memberikan kontribusi penting dalam merancang kegiatan dakwah yang efektif sehingga pesan-pesan Islam yang menjadi isi materi dakwah yang disampaikan lewat media memiliki efek pada perubahan pengetahuan (kognitif), sikap (afektif) dan perilaku (kognitif/psikomotorik) mad'u ke arah yang lebih baik. Hal ini sesuai dengan tujuan dakwah yaitu untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia pada dataran individual dan sosio kultural dalam rangka terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan (Achmad, 1991:2). Ahmad Mubarak dalam buku *Psikologi Dakwah* mengungkapkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, dimana da'i mengkomunikasikan pesan kepada mad'u, baik secara perorangan maupun kelompok. Secara teknis, dakwah adalah komunikasi da'i (komunikator) dan mad'u (komunikan). Semua hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi berlaku juga dalam dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah, dan bagaimana mengungkapkan apa yang tersembunyi dibalik perilaku manusia dakwah sama juga dengan apa yang harus dikerjakan pada komunikan (Illahi, 2010:24).

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Quran dan hadist dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media. (Illahi, 2010:26) Komunikasi dakwah menjadi upaya untuk mencegah terjadinya konflik-konflik keagamaan di masyarakat. Pesan dakwah yang menyampaikan nilai ketuhanan dipahami sebagai perwujudan nilai-nilai toleransi, persaudaraan, dan sebagai wujud dialog internal umat beragama serta sebagai upaya membangun kesadaran demi terciptanya kerukunan antarumat beragama (Burhanuddin, 2017:1).

Q.S An-Nahl ayat 125 bahwa ada tiga metode dalam berdakwah yaitu *hikmah*, *mauidzah*, *hasanah*, dan *mujadalah*. Ketiga metode tersebut menunjukkan pentingnya komunikasi dalam dakwah. Dalam dakwah diperlukan keterampilan komunikasi dari seorang penceramah atau *da'i* agar bisa berkomunikasi secara efektif kepada *mad'u*. Komunikasi efektif sangat terkait dengan penyampaian pesan (*maddah*), pemilihan media (*wasilah*), bahkan kemampuan untuk memprediksi efek (*atsar*). Dakwah sebagai proses komunikasi membutuhkan upaya-upaya yang didesain secara strategis sebagai komunikasi yang efektif yang mempertimbangkan efek dari pesan yang diterima oleh komunikan. Keberhasilan kegiatan dakwah sangat dipengaruhi oleh proses komunikasi antarpelaku dakwah (*da'i* dan *mad'u*). Proses komunikasi menjadi hal penting yang dalam kegiatan dakwah.

Keterampilan komunikasi dalam dakwah merupakan hal yang sangat penting terutama dikaitkan dengan keberagaman masyarakat Indonesia. Perbedaan agama, suku, ras, budaya, bahasa daerah, dan kepercayaan. Apalagi pada masa informasi seperti saat ini, dimana pesan-pesan dakwah disebarkan melalui media digital. Keragaman masyarakat Indonesia membutuhkan pesan-pesan dakwah yang membawa semangat toleransi terhadap segala perbedaan dalam rangka menjaga kesatuan dan persatuan NKRI.

Semangat toleransi ini akan didapatkan jika para pelaku dakwah yaitu *da'i* dan *mad'u* memiliki lima sikap positif yang mendukung keterampilan komunikasi pada lingkungan masyarakat Indonesia yang majemuk. Sikap keterbukaan adalah salah satu sifat dalam lingkup toleransi, yaitu sikap mampu menerima masukan dari orang lain. Kesiediaan untuk membuka diri termasuk mengungkapkan informasi-informasi yang biasanya disembunyikan selama tidak bertentangan dengan asas kepatutan. Sikap terbuka ini dilandasi oleh kejujuran dalam merespon segala stimuli komunikasi.

Sikap empati adalah sikap yang patut dimiliki oleh *da'i* maupun *mad'u*. Sikap yang merupakan kemampuan untuk merasakan keadaan orang lain, memahami apa yang dialami orang lain serta merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain, bahkan memahami suatu persoalan dari sudut pandang, Pemahaman terhadap motivasi,

pengalaman, harapan, keinginan, sikap, dan perasaan orang lain merupakan hal yang penting dalam menumbuhkan toleransi.

Sikap positif lainnya adalah sikap mendukung antara pelaku dakwah agar terjadi interaksi yang terbuka. Lalu sikap positif baik secara perasaan, pikiran, dan perilaku bukan prasangka dan curiga, yang terakhir adalah sikap kesetaraan dimana para pelaku dakwah baik da'i dan mad'u memiliki kepentingan yang sama sehingga saling memerlukan.

Dakwah di Indonesia merupakan ajakan dan seruan kebaikan dan kebenaran pada masyarakat majemuk. Sehingga pesan - pesan dakwah yang disampaikan adalah pesan-pesan tentang toleransi antar umat beragama sebagai bentuk hablum minannas atas dasar hablum minallah. Allah SWT menjadikan manusia berbeda secara suku, bahasa, dan bangsa. Dalam Alquran surat Al-Hujurat ayat 13, Allah SWT berfirman:

يَا
أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ
أَكْرَمَكُمْ

ه ه
عِنْدَ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ۚ ن

“Ya ayyuhannasu inna khalaqnakum min dzakarini wa untsha wa 'alnakum syu-uban wa qabaila lita arafu inna akramakum indallahi atqakum innallaha alimun khabir.”

“Wahai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang wanita dan menjadikanmu bersuku-suku dan berbangsa-bangsa agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengetahui.”

BAB II

WAJAH DAKWAH INDONESIA

A. Kerja Monografi Dakwah

Monografi dakwah berbasis masjid sangatlah penting bagi komunitas muslim. Terlebih pada fase masyarakat informasi seperti saat ini, dimana keberadaan data menjadi sangat vital bagi keberlangsungan dakwah. Sistem perencanaan (planning) yang jelas dan based-on-data memegang peranan penting dalam aktivitas dakwah. Sistem perencanaan yang dimaksud di sini merupakan pemahaman objektif dan komprehensif mengenai aktivitas dakwah sebagai parameter guna menentukan arah strategi dakwah. Dengan berpegang pada prinsip di atas maka diperlukan adanya peta dakwah yang menyuguhkan sejumlah data deskriptif guna menjelaskan berbagai potensi seputar masjid dari berbagai aspek seperti aspek demografis, institusi dan aspek sumber daya manusia.

Peta dakwah akan menjadi salah satu titik awal dari strategi dakwah. Melalui konsep ini diharapkan dakwah akan menyentuh aspek yang paling strategis, sehingga aktivitas dakwah menjadi lebih terarah, sekaligus menjadi suatu strategi agar tercapainya tujuan dakwah. Masjid tidak hanya dijadikan tempat untuk shalat berjamaah saja namun digunakan pula untuk melakukan program-program dakwah seperti kajian dan pengajian keagamaan. Melalui program-program ini diharapkan masjid mampu membentuk insan-insan tangguh sebagai pemimpin umat. Dari masjid inilah diharapkan generasi emas Islam terbentuk. Tentu saja untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan program-program yang dirancang based-on-data.

Monografi dakwah merupakan upaya pemetaan dakwah melalui riset awal untuk menemukan potensi dan permasalahan dakwah dari segi *da'i*, *mad'u*, *maddah*, *wasilah* dan *atsar* dakwah sehingga memerlukan *base of data*. Hasil riset ini berupa peta dakwah yang akan membantu para pelaku dakwah dalam merencanakan sebuah kegiatan dakwah. Peta dakwah yaitu gambaran peta yang meliputi beberapa komponen antara lain: *pertama*, deskripsi keadaan. Deskripsi ini dapat dituangkan dalam bentuk uraian, dan dalam bentuk tabel, grafik dan lainnya yang berkaitan dengan setiap komponen. *Kedua*, identifikasi masalah dakwah, dan *ketiga*, hubungan peta dakwah dan perencanaan dakwah. (Ending, 2017:7) Menurut MUI bahwa peta dakwah adalah informasi yang lengkap mengenai kondisi objektif unsur maupun komponen dari sistem dakwah baik *raw input*, *konversi*, *output*, *feedback*, maupun *environmental*. (MUI, 2004:6).

Dalam monografi dakwah terdapat satu terminologi yang penting ditekankan yaitu dakwah dimaknai sebagai strategi. Monografi dakwah merupakan salah satu bagian penting dalam dakwah, terlebih ketika dibicarakan dalam konteks bagaimana dakwah bisa dilakukan dengan terukur, terstruktur hingga bagaimana tujuan dakwah tersebut bisa dicapai. Karenanya, penting untuk untuk diketahui bagaimana dakwah

dipahami sebagai sebuah strategi. Dakwah sebagai strategi sekurang-kurangnya mesti meliputi upaya peningkatan sumber daya mubaligh, pemanfaatan teknologi modern sebagai media dakwah, pengembangan pendekatan dakwah *fardiyah*, pelestarian dakwah kultural, pengintensifan dakwah struktural, peningkatan materi dakwah aktual dan relevan, serta pembiasaan aktivitas monitoring sekaligus evaluasi program dakwah (Abidzar, 2015: 44-49).

Monografi dakwah sangat berguna untuk memberikan masukan bagi para pengambil kebijakan pembangunan, khususnya dalam bidang keagamaan dan para pelaku dakwah sehingga dapat memberikan solusi bagi permasalahan dakwah yang ada di daerah tersebut. Monografi dakwah ini dapat menjadi bahan acuan dalam merancang strategi dakwah yang sesuai dengan kondisi sosial masyarakat setempat. Pengkajian dan pemetaan secara komprehensif tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dakwah akan berguna untuk kemajuan umat Islam.

Pemetaan FSAM sebagai Forum Silaturahmi Antar Masjid daerah Margahayu Raya Kota Bandung berdasarkan unsur-unsur dakwah yaitu *da'i*, *mad'u*, *maddah*, *wasilah* dan *atsar*. *Da'i* dan *mad'u* akan dipetakan secara demografis yaitu analisis kependudukan yang merujuk masyarakat secara keseluruhan atau kelompok tertentu yang didasarkan kriteria seperti pendidikan, kewarganegaraan, agama, atau etnisitas tertentu. (Fitriani, Militina, Effendi, 2012:50).

Bahkan *da'i* dan *mad'u* dapat dipetakan pula secara psikografis yaitu analisis faktor kelas sosial, personalitas, dan gaya hidup yang membedakan setiap orang dalam kelompok geografis atau demografi (Britta, Loudon, 1992:105). Sedangkan *maddah* akan dipetakan berdasarkan materi dakwah dalam konteks aktual dan relevan dengan isu - isu sosial, politik, ekonomi, kesehatan, budaya, dan teknologi yang berkembang pada saat ini. *Wasilah* akan dipetakan pada pemanfaatan teknologi modern sebagai media dakwah. *Atsar* dipetakan pada tingkat perubahan *mad'u* baik secara kognitif, afektif, maupun kognitif/psikomotorik.

Masjid merupakan tempat berdakwah yang dilakukan secara verbal serta dialogis, untuk menyampaikan pesan-pesan ayat al-Quran dan as-Sunnah. Padahal peran masjid terkait dengan dakwah sangat luas. Dakwah dapat dipahami sebagai upaya untuk menjawab persoalan aktual umat dalam kehidupan agama dan beragama semisal persoalan ekonomi umat, kesehatan umat, pendidikan umat, dan lain sebagainya. Termasuk dalam konteks dakwah kepada umat agama lain yang menyampaikan pesan-pesan dakwah kebangsaan dan dakwah kerukunan antar umat. Hal ini didasari oleh konsep bahwa Islam merupakan rahmat bagi seluruh alam untuk setiap makhluk hidup, bukan hanya umat Islam melainkan rahmat pula umat agama lain. Islam tidak hanya rahmat untuk manusia saja tetapi menjadi rahmat bagi tumbuhan dan hewan, bahkan untuk seisi alam semesta ini, maka dakwah dapat dipahami sebagai aktivitas ibadah untuk alam semesta.

Amrullah Ahmad menjelaskan bahwa dakwah pada hakikatnya adalah artikulasi keimanan yang menjelma ke dalam sistem aktivitas manusia pada setiap sendi kehidupan bermasyarakat yang dilaksanakan secara teratur guna mempengaruhi cara merasa, berpikir, dan bertindak manusia dalam tataran individual maupun sosial kultural sebagai upaya tercapainya ajaran Islam di kehidupan masyarakat. (Ahmad, 2002:115) Hal tersebut dapat dipahami bahwa dakwah adalah konsekuensi dari keimanan, sehingga istilah beriman merupakan segala ucapan dan tindakan yang dikaitkan dengan ajaran Islam.

Pemahaman dakwah dalam konteks ucapan dan tindakan yang memberikan manfaat pada alam semesta akan mempengaruhi sudut pandang tentang hubungan antara masjid dengan dakwah. Dakwah sebagai strategi meliputi upaya peningkatan sumber daya mubaligh, pemanfaatan teknologi modern sebagai media dakwah, pengembangan pendekatan dakwah fardiyah, pelestarian dakwah kultural, pengintensifan dakwah struktural, peningkatan materi dakwah aktual dan relevan, serta pembiasaan aktivitas monitoring sekaligus evaluasi program dakwah. (Abdizar, 2015:44-49)

Masjid adalah serapan dari kata *masjidun* yang merupakan kosa kata bahasa Arab. Asal kata masjid sendiri adalah lafad *sajada* (*fiil madhi*). Sedangkan *masdar* dari *sajada* adalah *sajdan* yang mengandung makna sujud atau menundukkan kepala hingga dahi menyentuh tanah. Kata masjid dalam ilmu sharaf adalah kata jadian yang berupa isim makan, sifatnya menunjukkan sebagai sebuah tempat. Sehingga masjid dapat dimaknai sebagai tempat sujud atau tempat menundukkan kepala hingga ke tanah sebagai ungkapan ketundukkan penuh kepada Allah SWT (Asep, 2010:1). Masjid termasuk dalam kategori kata *sima'i*, yakni bentuk kata yang harakatnya tak sesuai dengan kaidah gramatika bahasa Arab. Kata masjid seharusnya ditulis dan dibaca *masjad*. *Wazan* yang diikutinya adalah *wazan maf'ulun* bukan *maf'ilun*.

Secara umum masjid merupakan tempat suci umat Islam yang berfungsi sebagai tempat ibadah. Masjid juga menjadi pusat kegiatan keagamaan dan kemasyarakatan yang mesti dibina sekaligus dikembangkan (Syahrudin dkk, 1986:339). Masjid juga merupakan pusat kegiatan umat, mulai dari kegiatan peribadatan, ekonomi, politik, sosial, hingga berbagai sendi kehidupan lainnya. Masjid adalah lembaga pokok dalam Islam, yakni sebagai pusat ibadah dan kebudayaan Islam. Masjid merupakan pusat pendidikan umat Islam, seperti halnya Rasulullah SAW menjadikan Masjid Quba sebagai institusi pendidikan. Nabi Muhammad SAW berkhotbah dan mengajar dalam bentuk *halaqah* yang mana para sahabat duduk mengelilingi beliau untuk menyimak serta melakukan tanya jawab terkait dengan urusan agama juga tentang kehidupan sehari-hari. (Gazalba, 1983:126)

Konteks hubungan antara masjid dengan dakwah, dimana fungsi utama masjid bukan hanya sebagai tempat sujud kepada Allah SWT namun punya fungsi lain:

Masjid merupakan tempat kaum muslimin beribadah dan mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Masjid adalah tempat kaum muslimin melakukan *i'tikaf*, membersihkan diri, menggembleng batin untuk membina kesadaran dan mendapatkan pengalaman batin/keagamaan sehingga selalu terpelihara keseimbangan jiwa dan raga serta keutuhan kepribadian.

Masjid adalah tempat bermusyawarah kaum muslimin guna memecahkan persoalan-persoalan yang timbul dalam masyarakat.

Masjid adalah tempat kaum muslimin berkonsultasi, mengajukan kesulitankesulitan, meminta bantuan dan pertolongan.

Masjid adalah tempat membina keutuhan ikatan jamaah dan kegotongroyongan di dalam mewujudkan kesejahteraan bersama.

Masjid dengan majelis taklimnya merupakan wahana untuk meningkatkan kecerdasan dan ilmu pengetahuan muslimin.

Masjid adalah tempat pembinaan dan pengembangan kader-kader pimpinan umat.

Masjid tempat mengumpulkan dana, menyimpan, dan membagikannya.

Masjid tempat melaksanakan pengaturan dan supervisi sosial.

Fungsi masjid dapat dipahami dalam hubungannya dengan dakwah. Bukan hanya sebagai tempat bagi kepentingan *hablum minallah* (hubungan transenden seorang hamba dengan Allah). Ketika masjid menjadi tempat umat bermusyawarah dalam menyikapi berbagai kejadian yang berlangsung di masyarakat yang tentunya heterogen menunjukkan bagaimana masjid memainkan fungsinya sebagai rumah bagi pesan-pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari.

Masjid yang dikelola oleh DKM atau jamaah masjid merupakan aktivitas pemberdayaan masyarakat sehingga menjadi solusi bagi warga untuk menyelesaikan masalah hidupnya semisal dalam aspek ekonomi hingga aspek hubungan sosial. Hal tersebut dapat dipahami bahwa hubungan dakwah dengan masjid sesuai makna *rahmatan lil'alamin*. Hubungan antara masjid dengan dakwah sudah dicontohkan pada masa Rasulullah SAW. Sepanjang sejarah perjalanan dakwah Rasulullah SAW khususnya ketika periode Madinah, masjid selain menjadi pusat ibadah yang sifatnya *mahdhah*, ternyata masjid difungsikan pula sebagai kalender Islam tahun Hijriyah. (Ayub, 1996: 10).

Dakwah Rasulullah pada periode Makkah yaitu mengajarkan dasar-dasar agama. Salah satu pelajaran paling penting dari perjalanan dakwah Rasulullah SAW dalam kaitannya dengan masjid adalah ketika masjid menyatukan ikatan antara kaum Muhajirin dengan kaum Anshar dalam satu landasan keimanan kepada Allah SWT. Sedangkan masjid pada saat ini seringkali menjadi tempat perpecahan umat karena erbedaan *firqah*, *madzhab*, atau pendapat tentang isu sosial yang kerap menjadi bibitbibit keretakan pada umat Islam.

Hal ini sering terjadi seperti beberapa waktu lalu saat sholat jenazah di masjid tertentu yang tidak menerima jenazah dengan pilihan berbeda partai dalam Pemilu.

Masjid menghadapi tantangan zaman yang rentan akan perpecahan. Hubungan dakwah dan masjid dapat dilihat dari peran masjid bagi umat Islam sendiri dan betapa besarnya peran masjid dalam aktivitas dakwah umat Islam.

Firman Allah mengenai memakmurkan masjid adalah surat At Taubah ayat 18 yang artinya, “Hanyalah yang memakmurkan masjid-masjid Allah ialah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari kemudian, serta tetap mendirikan shalat, menunaikan zakat dan tidak takut (kepada siapa pun) selain kepada Allah, maka merekalah orang-orang yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Dalam memaknai ayat tersebut secara tersirat memberikan pemahaman mengenai tugas-tugas DKM atau pengurus masjid. Pertama, pengurus masjid diharapkan mampu mengajak umat atau memobilisasi umat untuk melaksanakan perintah Allah SWT secara menyeluruh. Kemudian pengurus masjid juga diharapkan dapat memastikan bahwa umat atau masyarakat di sekitar masjid mau mendirikan shalat. Selanjutnya, ayat tersebut menyiratkan agar masyarakat muslim dapat melaksanakan perintah berzakat. Memerintahkan untuk tidak takut akan kesulitan dalam urusan ekonomi. Hal ini menandakan bahwa ayat tersebut berbicara tentang ruh transformasi dalam mengelola masjid di zaman sekarang. Masjid bukan hanya menjalankan fungsi ritualnya saja semisal ibadah mahdhah namun sudah saatnya umat muslim mengoptimalkan peran masjid untuk hasil yang jauh lebih dirasakan oleh umat maupun masyarakat pada umumnya.

Masjid merupakan bagian dari aspek pengembangan ekonomi umat sebagai upaya memaksimalkan peran dan fungsi masjid. Dengan pemaknaan tersebut maka subjek dakwah, pesan dakwah, mad'u, bahkan hingga medium dakwahnya akan lebih luas. Optimalisasi aktivitas dakwah akan lebih efektif sesuai target dakwah yang disasar atas dasar inti persoalan umat. Dalam menghadapi perubahan dan tantangan zaman maka masjid berperan Sesuai dengan pesan surat At-Taubah. Para aktivis masjid, pengurus masjid, atau DKM mesti menyadari bahwa mengelola masjid tidak hanya melayani peribadatan ritual jamaah, melainkan memperhatikan pula kondisi berbagai aspek jamaah atau masyarakat sekitar. Dengan begitu maka pengelolaan masjid secara inheren bakal juga menggarap aktivitas dakwah yang jauh lebih luas.

Pengurus masjid memegang peranan penting dalam mengoptimalkan peningkatan aktivitas dakwah melalui program-program pemberdayaan. Masjid memaksimalkan fungsinya sebagai sebagai *Islamic center* yang dapat meningkatkan berbagai kegiatan syiar Islam bagi masyarakat. Dalam konteks masjid dan dakwah dapat dipahami bahwa *Masjid sejatinya merupakan memiliki peran sebagai jantung dan denyut nadi masyarakat muslim. Ketika jantung itu berhenti berdetak, matilah fungsi organ tubuh yang lain. Untuk mempertahankan denyut jantung tersebut di era modern.* (Wahid, Kader, Ahmad, 2011:1-25)

Masjid memiliki peran yang penting dalam aktivitas dakwah umat Islam. Tak keliru apabila kemudian banyak organisasi menjadikan masjid sebagai basis kekuatan

dalam menjalankan aktivitas dakwahnya. Begitu pula dengan Forum Silaturahmi Antar Masjid (FSAM) Margahayu Raya memiliki harapan untuk mengembalikan fungsi masjid sesuai Sunnah Rasul yakni selain sebagai sentral kegiatan ibadah juga sebagai sentral kegiatan masyarakat.

FSAM merupakan sebuah wadah atau sebuah ikatan yang di dalamnya tersimpan misi dakwah atau dakwah berbasis ikatan antar masjid. Masjid merupakan salah satu tempat paling strategis untuk gerakan dakwah. Masjid sebagai pusat gerakan dakwah maka masjid menjadi pusat pembinaan akidah umat, pusat informasi dan pengembangan ilmu serta teknologi. Bahkan masjid dapat menjadi pusat gerakan dakwah *bil hal*. Hampir pada setiap masjid, hal tersebut telah dilakukan termasuk menjalankan fungsi masjid sebagai pusat gerakan dakwah *bil hal* yang teraplikasikan dalam kegiatan majelis taklim maupun kegiatan dakwah lainnya.

Pada hakikatnya kebermanfaatannya dari program-program yang dilakukan oleh gerakan dakwah sebuah forum memiliki peran penting yaitu membina *ukhuwah Islamiyah*. *Ukhuwah Islamiyah* merupakan poin utama gerakan dakwah dan peran vital dari forum silaturahmi termasuk FSAM.

1. Peran Pembinaan Ukhuwah Islamiyah

Pembinaan tak bisa dipahami sebagai satu hal yang pasif. Pembinaan adalah proses yang mesti dilakukan, membutuhkan usaha dan kerja bersama. Kata *ukhuwah* sendiri, dalam Bahasa Arab, berasal dari kata *akhun*, maknanya saudara. Maka, *ukhuwah* mengandung arti persaudaraan. (Mahfudh, 1994:230) Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa *ukhuwah Islamiyah* adalah sebuah kekerabatan atau persaudaraan antar sesama umat Islam yang semuanya memegang nilai yang sama dan memiliki kesepakatan bersama baik yang muncul karena keyakinan dogmatis maupun yang muncul secara naluri atau karena penerimaan fitrahnya.

Pemahaman akan *ukhuwah Islamiyah* ini selaras dengan apa yang difirmankan oleh Allah SWT dalam surat al Hujurat ayat 10, "*Sesungguhnya orang-orang mukmin adalah bersaudara. Karena itu, damaikanlah antara kedua saudaramu dan bertakwalah kepada Allah SWT supaya mendapat rahmat.*" *Ukhuwah Islamiyah* merupakan satu karunia yang diberikan oleh Allah kepada hati hamba-hambanya yang bersih, ikhlas, dan penuh rahmat. Allah SWT berfirman dalam surat al Anfal ayat 63 yang artinya, "*.....Seandainya engkau belanjakan apa yang ada di bumi semuanya, tidaklah bisa engkau persatukan antara hati mereka, tetapi Allah SWT lah yang mempersatukan antar mereka...*"

Kedua ayat tersebut menyiratkan betapa *ukhuwah Islamiyah* merupakan kekuatan iman dan spiritual yang kemudian menumbuhkan kasih sayang, *mahabbah* atau kecintaan, kemuliaan. Di sinilah mulai muncul makna kata pembinaan *ukhuwah Islamiyah*. Istilah pembinaan dipahami sebagai sebuah upaya aktif. Pembinaan *ukhuwah Islamiyah* adalah usaha bersama dalam meningkatkan keimanan, ketakwaan, spiritualitas umat sehingga umat memiliki hati yang bersih, penuh dengan

kasih sayang, *Rahman* dan *Rahim*. *ukhuwah Islamiyah* merupakan karunia Allah pada hati umat-umatNya yang damai dan penuh keikhlasan tersebut.

Pembinaan *ukhuwah Islamiyah* dapat dilakukan dengan menginisiasi program-program yang diharapkan mendorong umat untuk mendekat kepada Allah, meningkatkan keimanan dan ketakwaan umat. Program-program yang dilakukan FSAM seperti dipaparkan di bab lain tak lain pengaplikasian dari visi pembinaan *Ukhuwah Islamiyah*. Peran pembinaan *ukhuwah Islamiyah* merupakan upaya yang dilakukan oleh Forum Silaturahmi Antar Masjid dalam mewujudkan kesatuan umat Islam. Agama Islam dengan kesempurnaan aturannya dan syariatnya yang universal menyeru untuk bertakwa kepada Allah tanpa memandang ras, bangsa, suku, atau kepentingan apapun. Allah berfirman yang artinya, "*Katakanlah, jika bapak-bapak, saudara-saudara, istri-istri, keluarga, harta benda yang kamu dapati, perniagaan yang kamu takuti kerugiannya, dan tempat tinggal yang kamu sukai, lebih kamu cintai daripada Allah dan RasulNya serta berjihad di jalanNya. Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang fasik.*"

Forum Silaturahmi Antar Masjid berperan dalam geraka dakwah, yakni menyeru untuk sama-sama bertakwa kepada Allah, saling mencintai dan menghormati, mewujudkan cita-cita bersama yang tak lain kesatuan umat Islam dengan pembinaan *ukhuwah Islamiyah*.

2. Peran Pengokohan Rasa Saling Merasakan di Antara Umat

Sesama muslim mesti merasakan penderitaan muslim lainnya. Terasa sakit dalam diri seorang muslim ketika muslim lainnya dizalimi atau berada dalam kesulitan. Perasaan inilah yang mesti dibangun di antara sesama umat muslim. Saling merasakan yaitu jika sakit maka semua sakit, namun jika senang maka semua senang. Tak boleh seorang muslim membiarkan saudaranya berada dalam kesulitan seorang diri, dibiarkan begitu saja, atau membuatnya merasa ditinggalkan. Tidak dikatakan beriman seorang muslim jika ia tak mencintai saudaranya sebagaimana ia mencintai dirinya sendiri.

Allah SWT berfirman dalam surat Ali Imran ayat 103 yang artinya, "*Dan ingatlah akan nikmat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa jahiliyah) bermusuhmusuhan, maka Allah menjinakkan antara hatimu, lalu menjadikan kamu karena nikmat Allah orang-orang yang bersaudara.*"

Gerakan dakwah yang dilakukan Forum Silaturahmi Antar Masjid bertujuan mengatasi persoalan umat. Ketika umat terasa kesulitan dalam aspek ekonomi maka Forum Silaturahmi Antar Masjid memberikan solusi dengan perbuatan yang memberikan dampak positif. Dakwah merupakan upaya memberikan solusi atas permasalahan-permasalahan umat. Kedua buah peran di atas, yakni peran pembinaan *ukhuwah Islamiyah* dan peran saling merasakan antara umat. Yang pertama adalah peran atau fungsi yang bersifat konseptual atas dasar visi atau citacita. Sedangkan yang

peran kedua bersifat penerapan yang menysasar aspek ekonomi secara langsung. Abdullah Sulaiman menjelaskan kemana gerakan dakwah mesti menuju;

1. Terealisasinya persatuan Islam yang kokoh lantaran diikat dengan aqidah robbaniyyah dan berdiri di atas landasan takwa.
2. Tersebarnya Islam di seluruh penjuru dunia dengan menegakkan ukhuwah Islamiyah.
3. Terpancarnya peradaban Islam yang dicapai dengan ukhuwah Islamiyah yang mampu menghimpun semua etnis, ras, Bahasa, dan golongan apapun.
4. Kuatnya solidaritas dalam masyarakat Islam.
5. Majunya ilmu dan peradaban yang dibangun dengan landasan al-Quran dan asSunnah. (Al-Qarsy, 2002:5)

FSAM hadir untuk visi yang tak jauh berbeda dengan apa yang diutarakan Abdullah Sulaiman. FSAM memulainya dengan gerakan untuk menginspirasi berbagai kelompok masyarakat supaya membangun forum-forum silaturahmi masjid lain di tempatnya masing-masing.

B. Temuan dan Analisis Data

Bagian ini akan memaparkan hasil kerja kelompok selama penelitian di lapangan terhadap objek penelitian yang dilakukan dalam kurun waktu tiga bulan, sejak Oktober 2021 hingga Desember 2021. Terdapat sedikitnya tiga kegiatan utama dalam penelitian; Observasi lapangan, pengumpulan dan pengolahan data, serta penyusunan dan presentasi laporan hasil temuan. Beberapa tahapan penelitian melibatkan pihak ketiga selama dilapangan, seperti informan tambahan maupun narasumber lain. Data yang didapat meliputi demografi wilayah tempat FSAM berada, profil FSAM selaku lembaga, profil *da'i* yang terdapat pada anggota FSAM (DKM), dan profil jamaah/*mad'u* masjid anggota FSAM di Kompleks Margahayu Raya dan sekitarnya.

C. Demografi Objek Penelitian (Kelurahan Manjahlega)

FSAM berdomisili di Kelurahan Manjahlega. Komplek Margahayu Raya sendiri berada di area kelurahan ini. Karenanya, seluruh masjid anggota FSAM berlokasi di Kelurahan Manjahlega. Adapun beberapa masjid di luar area Kelurahan Manjahlega yang ikut bergabung, ini hanya menunjukkan bagaimana FSAM membuka lebar pintu bagi masjid di sekitar Kelurahan Manjahlega yang ingin ikut bersama-sama berdakwah, membangun umat, dan semakin memakmurkan masjid. Hal ini penting untuk diutarakan agar tak terjadi kebingungan mengapa demografi Kelurahan Manjahlega dihadirkan dalam monografi dakwah FSAM. Perlu diketahui pula bahwa demografi yang dihadirkan di sini datanya dipilih berdasar konteks dakwah FSAM saja.

1. Kondisi Geografis Kelurahan Manjahlega

Manjahlega merupakan kelurahan di Kawasan Kecamatan Rancasari, Kota Bandung, dengan luas wilayah 167.250 Ha yang terdiri dari 16 RW dan 96 RT. Batas Wilayah:

- a. Sebelah Utara: Jl. Soekarno-Hatta (Kel. Jatisari Kec. Buah Batu)
- b. Sebelah Selatan: Kel. Margasari Kec. Buah Batu
- c. Sebelah Barat: Jl. Rancabolang (Kel. Sekejati Kec. Buah Batu)
- d. Sebelah Timur: Sungai Cidurian (Kel. Cipamokolan Kec. Rancasari)

2. Kondisi Demografis Kelurahan Manjahlega Berdasarkan Agama

Penduduk kelurahan Manjahlega mayoritas beragama Islam. Jumlah detailnya adalah sebagai berikut:

No	Agama	Jumlah	Persentase
1	Islam	21.292	96,17%
2	Kristen	490	2,21%
3	Katolik	323	1,46%
4	Hindu	25	0,11%
5	Budha	12	0,05%
Jumlah		22.142	100%

Tabel 1 : Demografi berdasarkan agama di Kelurahan Manjahlega

Sumber Data: Bidang Data dan Statistik, Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Bandung.

Berdasarkan tabel di atas, tepatnya data Tahun 2021 Semester 1, penduduk Kelurahan Manjahlega dihuni oleh 21.292 (96,16%) penduduk beragama Islam, 490 (2,21%) beragama Kristen, 323 (1,46%) beragama Katolik, 25 (0,11%) beragama Hindu, dan 21 (0,05%) beragama Budha. Tingginya perbedaan antara penduduk beragama Islam dengan penduduk beragama selainnya di Kelurahan Manjahlega menunjukkan bagaimana warga muslim memegang peranan penting dalam menjaga kerukunan umat beragama.

3. Kondisi Demografis Kelurahan Manjahlega Berdasarkan Jenis Kelamin

Data di bawah adalah data terbaru Tahun 2021 (S1). Berikut data selengkapnya:

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pria	10.830	48,91%
2	Wanita	11.312	51,09%

Jumlah	22.142	100%
--------	--------	------

Tabel 2 : Demografi berdasarkan jenis kelamin di Kelurahan Manjahlega
 Sumber data: Bidang Data dan Statistik, Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Bandung.

Data di atas menunjukkan betapa perbedaan penduduk di Kelurahan Manjahlega tak terlalu jauh, hanya terpaut sekitar 1%. Jumlah penduduk pria di Kelurahan Manjahlega ada di angka 10.830 (48,91%) sedangkan penduduk perempuan berjumlah 11.312 (51,09%).

4. Kondisi Demografis Kelurahan Manjahlega Berdasarkan Usia Pendidikan

Berikut adalah data Tahun 2021 (S1) jumlah penduduk berdasarkan usia pendidikan:

No	Usia Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	3-4 tahun	689	10,61%
2	5 tahun	355	5,46%
3	6-11 tahun	2.064	31,79%
4	12-14 tahun	981	15,11%
5	15-17 tahun	879	13,54%
6	18-22 tahun	1.523	23,46%
Jumlah		6.491	100%

Tabel 3 : Demografi berdasarkan usia pendidikan di Kelurahan Manjahlega Sumber data: Bidang Data dan Statistik, Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Bandung.

Kelompok terbesar di Kelurahan Margahayu saat ini adalah kelompok usia pendidikan 6-11 tahun. Ini menjadi insight yang baik bagi FSAM untuk mulai mendata, seberapa besar misal kegiatan dakwah yang diperuntukkan untuk anak di kelompok usia ini. Kemudian seberapa banyak Lembaga pendidikan al Quran, misal, di Manjahlega yang menyasar untuk rentang kelompok usia ini. Jumlahnya bahkan hampir dua kali lipat dari jumlah kelompok usia pendidikan kedua terbesar.

Sangat tepat ketika FSAM mempertegas 'haluan' gerakan dakwahnya dengan concern begitu besar kepada pemuda. Sejak tahun 2020 hingga 2021, FSAM menginisiasi program kegiatan yang sangat erat dengan upaya memberdayakan pemuda sebagai penggerak kemakmuran masjid. Jelas data menunjukkan bahwa saat ini penduduk tertinggi kedua di Kelurahan Manjah lega adalah penduduk berusia pendidikan 18 sampai 22 tahun, jumlahnya 1.523 orang. Belum jika di tambah dengan usia pendidikan di bawahnya yang bisa dibilang sudah bisa dikelompokkan

sebagai pemuda seperti mulai dari usia 15-17 tahun yang jumlahnya juga cukup signifikan, yaitu 879 orang.

Masih banyak insight bisa dilihat dari data di atas. Betapa masa depan Kelurahan Manjahlega cerah melihat mayoritas penduduknya masih berada di kelompok usia pendidikan yang muda. Jangan sampai asset ini lepas dan sudah sepatutnya untuk dimaksimalkan, terlebih oleh FSAM guna mengkader, melatih, mempersiapkan generasi Qurani untuk di kemudian hari.

5. Kondisi Demografis Kelurahan Manjahlega Berdasarkan Pekerjaan

Di bawah adalah data tahun 2020 (S2) tentang jumlah penduduk Kelurahan Manjahlega berdasarkan pekerjaannya.

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Belum bekerja	3.783	17,17%
2	Aparatur Pejabat Negara	1.300	5,90%
3	Tenaga Pengajar	317	1,43%
4	Wiraswasta	6.662	30,23%
5	Pertanian	5	0,02%
6	Agama dan Kepercayaan	3	0,01%
7	Pelajar dan Mahasiswa	4.631	21,01%
8	Tenaga Kesehatan	114	0,51%
9	Pensiunan	1.193	5,41%
10	Lainnya	4.024	18,26%
	Jumlah	22.032	100%

Tabel 4 : Demografi berdasarkan pekerjaan di Kelurahan Manjahlega Sumber data: Bidang Data dan Statistik, Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Bandung.

Data di atas menunjukkan bahwa wiraswasta atau pengusaha di Kelurahan Manjahlega menjadi kelompok terbanyak dalam hal pekerjaan, yakni berjumlah 6.662 (30,23%). Tinggal dibutuhkan kajian lebih dalam untuk spesifik data tersebut, mulai dari skala usaha hingga seberapa banyak pengusaha di kelompok usaha kecil dan menengah. Ini menjadi baik ketika FSAM juga menaruh perhatian cukup besar untuk ekonomi keumatan.

Bahkan, jumlah penduduk belum bekerjanya saja berada di angka 3.783 (17,17%) yang artinya masih cukup tinggi. Karenanya, FSAM dengan dakwah ekonomi keumatannya bisa jadi salah satu solusi yang ditawarkan untuk mengatasi problem ini. Sebelumnya, sebagaimana telah dipaparkan, FSAM cukup gencar membangun sistem ekonomi keumatan mulai dari membangun koperasi syariah hingga Baitul maal. Pelatihan kewirausahaan yang diinisiasi oleh FSAM pun menjadi nilai yang baik dalam melihat kondisi yang dicerminkan oleh data di atas.

Tak juga boleh diabaikan angka lainnya seperti jumlah pensiunan yang mencapai 1.193 (5,41%), pekerjaan lainnya yang berjumlah 4.024 (18,26%), dan angka jenis pekerjaan lainnya. Setelah melihat data tersebut, dalam konteks gerakan dakwah, maka FSAM bisa membuat programprogram yang menyentuh esensi dari problem atau kesulitan atau apa yang paling dibutuhkan oleh umat.

BAB III DATA MONOGRAFI DAKWAH

A. Profil FSAM & Anggota FSAM/DKM (*Da'i*)

Forum Silaturahmi Antar Masjid Margahayu Raya (FSAM) didirikan pada tahun 2012. Keinginan DKM masjid se-Margahayu Raya untuk bersilaturahmi dan berjamaah dalam dakwah menjadi alasan di balik pendiriannya. Dengan komunikasi yang terjalin dan terorganisir, FSAM memiliki potensi besar dalam membangun umat, sekurang-kurangnya di lingkup wilayahnya, melalui aktivitas dakwah yang terarah serta terstruktur. Data digunakan untuk membangun peta dakwah FSAM guna memberi gambaran komprehensif dan objektif mengenai da'i, mad'u, maddah, wasilah dan atsar hingga existing program-programnya. FSAM merupakan organisasi masyarakat berbasis keagamaan resmi yang telah terdaftar di Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui surat keputusan Kepala Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Rancasari dan MUI Kecamatan Rancasari No. B.665/KUA.10.19.24/1/BA.01/08/2019 tentang Pengukuhan Pengurus FSAM Kelurahan Manjahlega Kecamatan Rancasari. FSAM sendiri memiliki slogan **Masjid Berkah Berjamaah** dengan tiga pilar program: Dakwah, Pemuda, dan Digital. Sehingga setiap program yang dirancang akan berfokus pada pengembangan tiga pilar tersebut.

Amanah resmi dari Lembaga pemerintah bagi FSAM terhimpun dalam Surat Keputusan Bersama (SKB) antara Kepala Kantor Urusan Agama (KUA) dan Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kecamatan Rancasari. Dalam SKB yang dikeluarkan pada 1 Agustus 2019 tersebut, dikukuhkan susunan pengurus FSAM untuk periode 2019 hingga 2022. Selain sebagai surat keputusan pengukuhan kepengurusan, SKB ini juga tampak sangat merepresentasikan visi dari FSAM itu sendiri. Mari lihat, keputusan KUA dan MUI dalam mengeluarkan SKB ini kepada FSAM dilandaskan pada tiga pertimbangan sebagai berikut; (1) bahwa fungsi masjid harus dikembalikan kepada Sunnah Rasul, yakni disamping sentral kegiatan ibadah, juga sentral kegiatan masyarakat; (2) bahwa dalam rangka meningkatkan takmir dan peranan masjid di era keterbukaan yang lebih sempurna perlu ditetapkan Pengurus Forum Silaturahmi Antar Masjid Raya; (3) Bahwa nama-nama yang tercantum dalam lampiran Surat Keputusan ini dipandang memenuhi syarat untuk dalam Kepengurusan Forum Silaturahmi Antar Masjid di Margahayu Raya. Di samping itu, yang terbaru, legalitas keorganisasian FSAM termaktub dalam Surat Keterangan Domisili yang dikeluarkan oleh Kantor Kecamatan Rancasari Kelurahan Manjahlega pada tanggal 20 Januari 2020. Di dalam surat tersebut dikatakan bahwa Sekretariat Forum Silaturahmi Antar Masjid Margahayu Raya (FSAM) berdomisili di Jl. Mars Raya 1A RT 04 RW 07 Kelurahan Manjahlega Kecamatan Rancasari Kota Bandung. Di tahun 2021, FSAM mengganti logo. Hal ini penting untuk dilihat sebagai satu momen yang merepresentasikan arah 'penyegaran' FSAM dalam menghadapi perkembangan zaman.



Gambar 1 : Transformasi logo FSAM Makna filosofis dari logobaru FSAM:

- a. Kekuatan silaturahmi sebagai pintu komunikasi, rezeki, dan memberikan makna pada usia. Elemen vertikal sebagai kekuatan hubungan dengan Allah.
- b. Kubah Masjid sebagai identitas rumah Allah yang harus senantiasa dimakmurkan.
- c. Kufi modern style, diharapkan menjadi katalisator untuk meningkatkan pelayanan masjid dengan manajemen masjid yang modern & professional.
- d. Warna Turquoise/Biru Samudra/Pirus memancarkan fitrah Islam sebagai agama kedamaian, ketenangan dan ketentraman, keseimbangan serta alami.
- e. Warna Orange mewakili antusiasme, daya Tarik, kebahagiaan, kreativitas, tekad, kesuksesan, dorongan, dan stimulasi.



Gambar 2 : Foto Profil Pengurus Lembaga FSAM

Struktur Organisasi FSAM	
Penasehat	: H. Dadang W. Prawiratmaja
	H. Saleh Ardi Soma

	H. Irfan Farid Taufik
Ketua	: H. Apippudin Alphard
Wakil Ketua	: H. Bunyamin Abdulkadir
Sekretaris	: H. Nur Hamid
Wakil Sekretaris	: Didiet Nursaktiadi
Bendahara	: H. Cecep Bustaman
Wakil Bendahara	: H. Sunaryo
Kepala Bidang Dakwah dan PHBI	: H. Hamidi
Staf Bidang Dakwah dan PHBI	: H. Edi Sasmita
	: Hilmy Fediansyah
	: H. Saimin Suhemin
Kepala Bidang Diklat dan Kerjasama Antar Lembaga	: H. Sutisna
Staf Bidang Diklat dan Kerjasama Antar Lembaga	: H. Sindu Prawito
	: Yayat Ruhayat

Kepala Bidang Pengembangan Potensi Generasi Muda	: H. Felly Permana
Staf Bidang Pengembangan Potensi Generasi Muda	: Aris Mustaqim
	: Muhamad Aziz
Kepala Bidang Pemberdayaan Ekonomi Umat	: Anna Juhana
Staf Bidang Pemberdayaan Ekonomi Umat	: Jeffry Al Rasyid Sadri
	: Arie Megantara

Tabel 5 : Struktur Pengurus FSAM

Adapun sekretariat FSAM terletak di kompleks Masjid Baitul Wa'dah yang terletak di Jl. Mars Raya 1A, Komplek Margahayu Raya Kecamatan Rancasari, Bandung. Terdapat sedikitnya, 38 Masjid yang tergabung di dalam FSAM dan aktif terlibat pada program-program organisasi.

Sebaran keanggotaan FSAM sendiri terbilang cukup luas. Tak hanya masjidmasjid di wilayah Margahayu Raya, beberapa masjid di luar area tersebut pun menyambut baik gerakan positif ini dengan turut bergabung dan terlibat aktif dalam berbagai kegiatannya. Kini, tercatat ada 36 masjid di Kecamatan Manjahlega, termasuk sebagian besar di dalamnya adalah Komplek Margahayu Raya, hingga Kecamatan Sekejati. Dari 36 masjid tersebut, 20 diantaranya selalu aktif terlibat dalam programprogram yang diusung oleh FSAM. H Apipudin mengungkapkan bahwa bukan tidak mungkin akan ada masjid-masjid lain yang ikut bergabung dan ikut menyukseskan berbagai inovasi yang dilakukan oleh FSAM, mengingat pengabdian yang FSAM lakukan adalah untuk kemajuan umat dan kemakmuran masjid. Dan hingga sampai saat ini, imbuH Apipudin, silaturahmi atau komunikasi dengan masjid-masjid yang belum tercatat dalam keanggotaan FSAM pun terjalin dengan baik dan cair.



Gambar 3 : Beberapa Logo Masjid Anggota FSAM

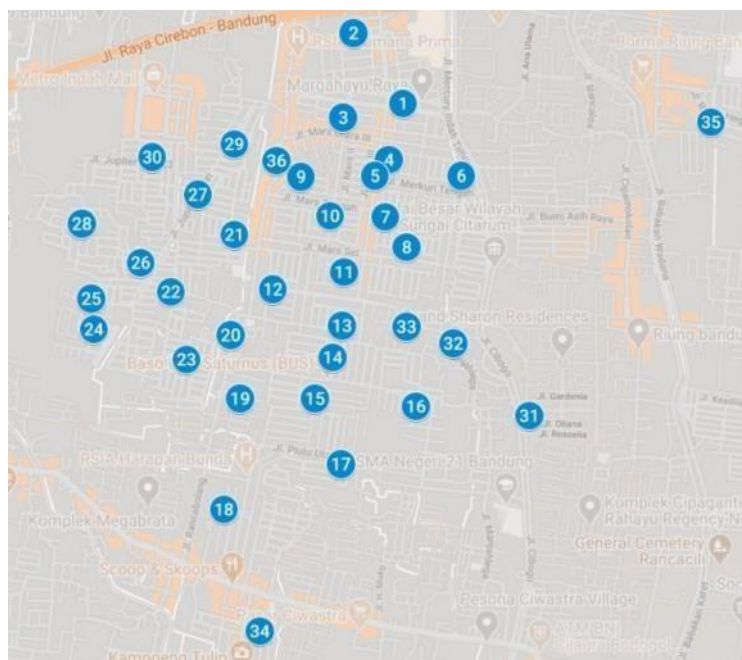
Adapun daftar masjid anggota FSAM adalah sebagai berikut:

No	Nama Masjid	Alamat
1	Fathul Ummah	Jl. Venus Raya
2	Al Aqso	Jl. Venus Barat
3	Al Rahmat	Jl. Mars Raya
4	Al Falah	Jl. Merkuri Utara VI
5	Al Barokah	Jl. Tata Surya No. 36
6	Al Fitrah	Jl. Merkuri Utara
7	Al Hasan	Jl. Merkuri
8	At Taqwa	Jl. Merkuri Raya
9	Nurul Iman	Jl. Merkuri Timur
10	At Ta'awun	Jl. Mars Tengah VII
11	Baitul Wahdah	Jl. Mars Raya
12	Al Hidayah	Jl. Mars Selatan IX
13	Al Wahhab	Jl. Saturnus Utara
14	Al Muslimun	Jl. Saturnus Utara VI

15	At Taqwa	Jl. Saturnus Tengah
16	Al Ikhlas	Jl. Taman Saturnus
17	Baiturrahman	Jl Saturnus Ujung
18	Al Muhajirin	Jl. Pluto I
19	Al Munajah	Jl. Pluto Raya RW 13
20	Al Mukarromah	Taman Persada Asri 3
21	Al Munawwaroh	Taman Persada Residence
22	Al Aziz	Jl. Rancabolang
23	Al Ikhwan	Jl. Yupiter Raya No. 7
24	Al Bayan	Jl. Meteor Raya No. 76A
25	Baiturrahim	Jl. Uranus Utara
26	Al Musyaawirin	Jl. Galaxy Raya
27	Al Kahfi	Perumahan Al Islam Jl. Galaxy
28	Al Muhajirin	Blok K II RW 08
29	Ash Shyam	Blok J II RW 09
30	Al Ikhlas	Jl. Yupiter IV No. 11
31	At-Taubah	Jl. Neptunus Timur
32	Al Muhajir	Jl. Yupiter
33	Al Anshor	Jl. Yupiter Barat

34	Al Mujahadah	Jl. Sharon Boulevard
35	Al Hidayah	Jl. Manjahlega
36	Ummatul Ikhlas	Jl. Manjahlega
37	Al Hikmah	Jl. Riung Hegar Raya
38	Miftahul Huda	Jl. Rancabolang RW 01 Sekejati

Tabel 6 : Daftar Anggota FSAM

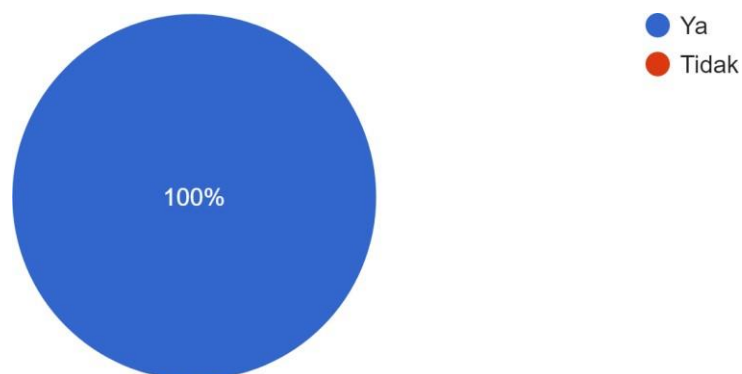


Gambar 4 : Peta Sebaran Masjid Anggota FSAM di Wilayah Kompleks Margahayu Raya dan Sekitarnya

Dalam penelitian ini tersaji data hasil temuan lapangan yang dikumpulkan melalui angket yang disebar melalui Grup Internal anggota FSAM untuk menangkap profil anggota lebih komprehensif. Tentunya sifat dari pengisian angket bersifat sukarela, karena kami paham tidak semua DKM mau membuka informasi internal kepada pihak luar. Hal ini sangatlah wajar, mengingat privasi organisasi adalah hak yang perlu kita hormati bersama. Terlepas dari dinamika lapangan, penelitian ini menampilkan beberapa poin penting terkait aktivitas dakwah yang dilakukan oleh anggota FSAM / DKM, meliputi profil *da'i*, sarana - prasarana penunjang dakwah,

media dakwah yang digunakan, hingga sumber keuangan dalam aktivitas dakwah di masjid masing-masing.

1. Keberadaan Penceramah / *Da'i* Tetap



Tabel 7 : Penceramah Tetap DKM

Seluruh responden memiliki penceramah tetap/*da'i* yang bertugas di masjid masing-masing. Baik pengurus DKM, petugas yang ditunjuk oleh DKM, maupun penceramah dari wilayah masjid. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas dakwah dilakukan dengan serius dan terorganisasi dengan baik. Lumrah kita pahami, bahwa *da'i* adalah elemen paling penting dalam kerja dakwah. Sehingga sangat penting kehadiran seorang juru dakwah di sebuah masjid. Dari poin pertama ini, kita dapat sama-sama melihat bahwa masjid anggota FSAM merupakan masjid dengan struktur yang jelas dan ter-*manage* dengan baik.



Tabel 8 : Komposisi Jenis Kelamin Penceramah Tetap Meski didominasi laki-laki (100%)

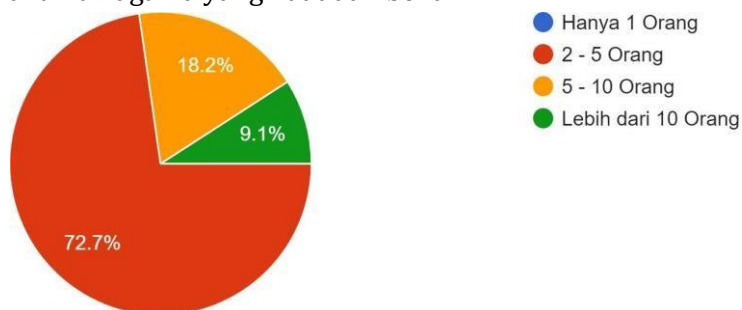
Ternyata ada juga beberapa DKM yang memiliki penceramah tetap Perempuan (18,2%). Penceramah tetap ini meliputi pembicara khutbah Jumat, kultum harian, hingga event-event tertentu yang biasanya rutin diagendakan oleh DKM di masjid masing-masing, termasuk beberapa pengajian ibu-ibu yang biasanya juga dikelola oleh DKM (atau bagi sebagian masjid, khusus pengajian ibu-ibu dikelola secara mandiri non-struktural). Bagi beberapa masjid, kehadiran penceramah tetap berbeda dengan takmir (pengelola masjid). Terdapat *job desk* yang profesional di

antara kedua fungsi ini, meskipun banyak pula penceramah/*da'i* yang merangkap pula sebagai pengurus DKM.



Tabel 9 : Jumlah Penceramah Tetap DKM

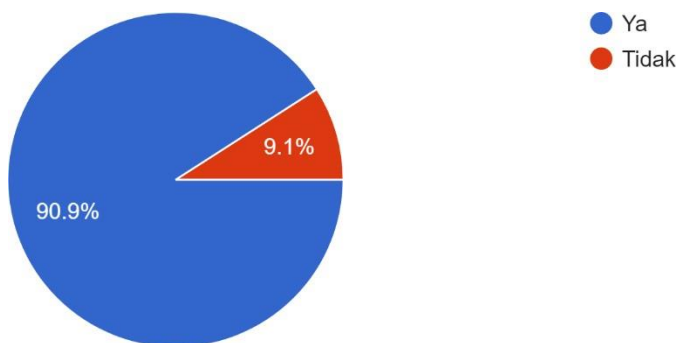
Sedangkan untuk status pernikahan para penceramah/*da'i* di lingkungan anggota FSAM/DKM masjid seluruhnya sudah menikah (100%). Hal ini menunjukkan bahwa pihak DKM memastikan setiap penceramah telah dewasa dan memiliki pengalaman yang cukup dalam menjalankan syariat Islam sehari-hari, tentunya disamping pemahaman agama yang kuat dan benar.



Tabel 10 : Jumlah Penceramah Tetap DKM

Tak hanya menyediakan penceramah tetap, bahkan DKM anggota FSAM memiliki beberapa penceramah yang mengisi kegiatan dakwah harian di masjid mereka. Dalam data yang terhimpun, jumlah penceramah tetap beragam; mayoritas responden memiliki penceramah tetap 2 - 5 Orang (72,7%), 5-10 Orang (18,2%), bahkan terdapat masjid yang memiliki penceramah tetap diatas 10 Orang (9,1%). Jumlah penceramah ini tentunya berkorelasi dengan kapasitas dakwah masing-masing masjid. Banyaknya *da'i* juga memungkinkan masjid menyajikan konten dakwah yang berbeda-beda, dari dari sudut pandang, metode dakwah, maupun gaya ceramah. Sehingga pada akhirnya, masyarakat (dengan keragaman minatnya) dapat merasa nyaman dan memiliki pilihan dalam kegiatan dakwah yang mereka ikuti. Seperti kita maklum bersama, *mad'u* sekarang tidaklah pasif, mereka adalah jamaah aktif yang melihat konten dakwah secara holistik (termasuk profil *da'i*), sehingga memiliki

beberapa penceramah/*da'i* bagi masjid adalah sebuah nilai tambah. Karena masjid bisa menyediakan konten dakwah yang beragam.

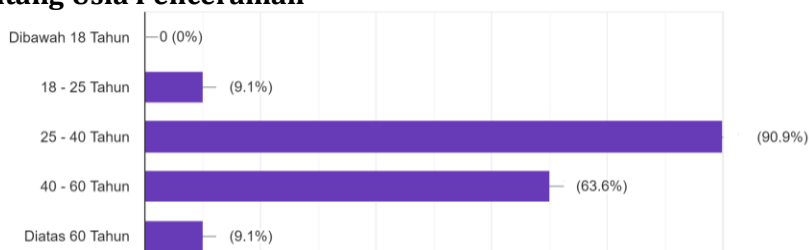


Tabel 11 : Apakah DKM menerima Penceramah dari Luar Lingkungan Masjid

Pada data berikutnya (Tabel 6) kita dapat melihat keterbukaan DKM dalam menerima pemateri/penceramah di luar *da'i* tetap yang mereka miliki. Hampir seluruh responden (90,9%) menerima penceramah dari luar lingkungan DKM, misalnya penceramah dari organisasi keagamaan, universitas, maupun tokoh populer. Namun, ternyata ada juga responden (9,1%) yang menjawab tidak menerima penceramah dari luar.

Tentunya, maraknya paham radikalisme dan isu terorisme menjadikan beberapa pihak lebih selektif dalam memilih *da'i*, hal ini sangatlah wajar dan menunjukkan sikap kehati-hatian dengan mengutamakan kualitas konten dakwah yang mereka sajikan bagi jamaah. Kehadiran penceramah dari luar lingkungan masjid tentu bisa menjadi 'sangat berbahaya' bila dilakukan dengan sembrono dan tanpa seleksi yang jelas. Bukankah sekarang sudah sangat banyak sekali, *da'i* atau juru dakwah yang menyimpang, bahkan cenderung provokatif dan bernuansa perselisihan. DKM anggota FSAM yang menerima penceramah dari luar lingkungannya, pastilah telah memiliki standar tinggi dan seleksi yang hati-hati guna menangkal paham-paham sesat masuk ke dalam lingkungan masjid mereka, apalagi sampai mempengaruhi jamaah mereka.

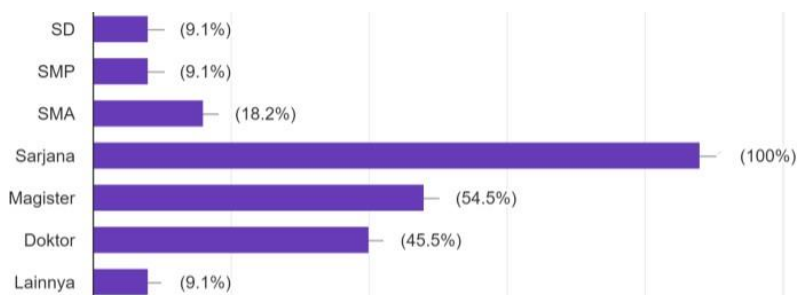
2. Rentang Usia Penceramah



Tabel 12: Rentang Usia Penceramah Tetap Mengingat pada data sebelumnya.

Para *mubaligh* di Masjid anggota FSAM telah menikah seluruhnya, maka tidak heran bila kita mendapati data rentang usia penceramah seperti terlihat pada diagram di atas. Rata-rata rentang usia pada *da'i* adalah 25 - 40 Tahun (90,9%) dan 40 - 60 Tahun (63,6%). Kita juga dapat melihat tidak ada penceramah tetap yang berusia dibawah 18 tahun. Hal ini tentunya, selain karena pemahaman keagamaan yang belum paripurna, umur 18 tahun juga masih dikategorikan sebagai anak-anak oleh UndangUndang sehingga pihak DKM sangat hati-hati dalam memilih penceramah tetap bagi masjid mereka.

3. Pendidikan Formal Penceramah

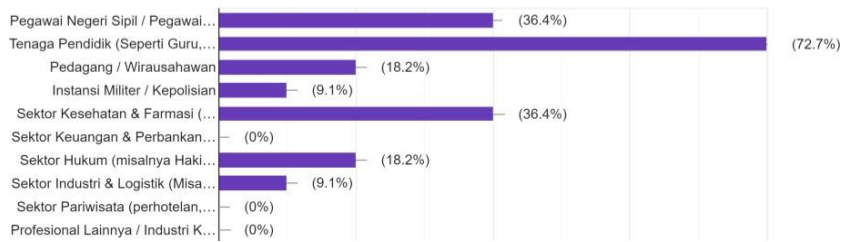


Tabel 13 : Pendidikan Formal Penceramah

Pendidikan Formal Penceramah tetap Meski tidak selamanya tepat, namun biasanya kita mengasosiasikan pendidikan formal dengan tingkat kematangan wawasan intelektual dan kedalaman ilmu seseorang. Sehingga pendidikan formal sangatlah penting bagi seorang juru dakwah, sebagai bukti kredibilitas keilmuan yang ia miliki, meski terdapat beberapa pengecualian bagi kasus-kasus tertentu.

Namun, secara umum masyarakat dapat menilai wawasan keagamaan seseorang dari rekam jejak pendidikannya. Dari data hasil temuan lapangan, para anggota FSAM (DKM) ternyata memiliki standar yang baik soal latar belakang pendidikan. Data menunjukkan, para penceramah memiliki jenjang pendidikan diatas SMA; Sarjana (100%), Magister (54,5%), bahkan hingga Doktor (45,5%). Hal ini mengisyaratkan standar kompetensi yang tinggi bagi seorang *da'i* untuk berkiprah di kegiatan dakwah yang diselenggarakan oleh masjid-masjid di Kompleks Margahayu Raya.

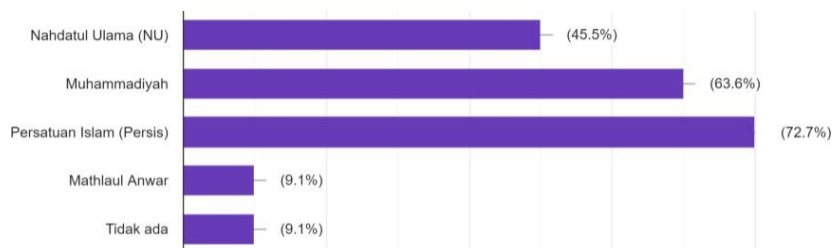
4. Profesi Penceramah



Tabel 14 : Profesi Penceramah

Dari tabel ini kita dapat melihat profesi para juru dakwah paling banyak adalah Tenaga Pendidik (72,7%), seperti guru, *ustadz*, hingga dosen. Meski demikian sektor pekerjaan lain pun turut ikut serta mewarnai kegiatan dakwah di masjid, seperti Pegawai Negeri Sipil (PNS)/BUMN/Swasta (36,4%), Sektor Kesehatan dan Farmasi (36,4%), Sektor Hukum (18,2%), Pedagang dan Wirausahawan (18,2%), serta Instansi Militer dan Kepolisian (9,1%). Melihat angka yang sangat variatif dan beragam, menunjukkan profil masyarakat urban pada umumnya, yakni memiliki beragam profesi bagi satu wilayah. Seperti yang kita ketahui, masyarakat urban berbeda dengan masyarakat pedesaan yang condong memiliki profesi seragam (misalnya, petani). Para penceramah di FSAM menunjukkan bahwa keanekaragaman profesi tidak menghalangi seseorang untuk berdakwah di tengah-tengah masyarakat.

5. Afiliasi Organisasi Penceramah

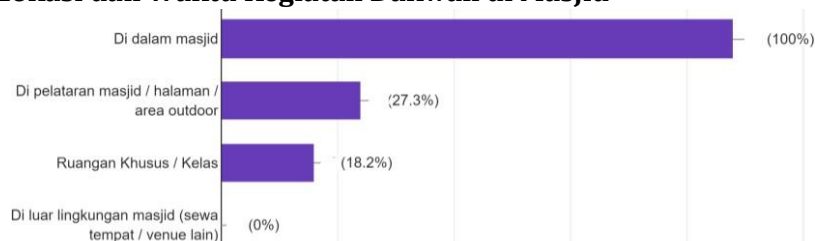


Tabel 15 : Afiliasi Organisasi Para Penceramah

Perlu diingat bahwa setiap masjid sekurang-kurangnya memiliki dua penceramah bahkan lebih (simak Tabel 10), maka kami membebaskan kepada responden untuk memilih lebih dari satu opsi afiliasi organisasi pada profil *da'i* yang mereka miliki. Karena bisa jadi dalam satu masjid memiliki tiga orang penceramah tetap dengan afiliasi organisasi yang berbeda pula. Afiliasi organisasi sangat penting, mengingat organisasi ke-Islam-an di Indonesia memiliki panggung sejarahnya tersendiri dan telah mewarnai muslim Indonesia hingga kini dan kelak. Banyak sekali sebetulnya organisasi bercorak Islam di Indonesia, namun seperti yang maklum kita pahami terdapat sedikitnya tiga organisasi besar; Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, dan Persis. Berdasarkan data yang terhimpun selama penelitian, para *da'i* di masjid-masjid anggota FSAM banyak berafiliasi dengan organisasi Persatuan Islam/ Persis (72,7%), kemudian ada Muhammadiyah (63,6%), dan Nahdlatul Ulama/NU (45,5%). Kita dapat melihat persentase afiliasi organisasi tidak ada

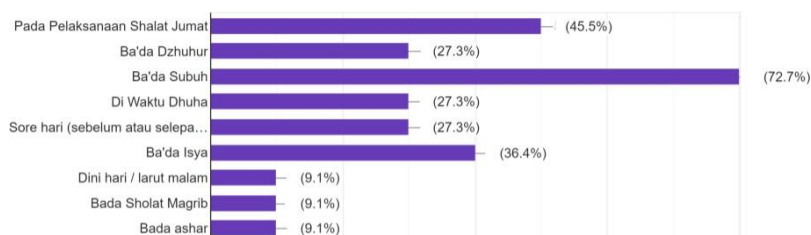
perbedaan yang sangat mencolok antar organisasi, hal ini menunjukkan bahwa wilayah Margahayu Raya memiliki profil afiliasi organisasi yang majemuk dan beragam. Hal ini tentu sangat bagus, mengingat isu keragaman dan toleransi antar kelompok merupakan hal penting dewasa ini.

6. Lokasi dan Waktu Kegiatan Dakwah di Masjid



Tabel 16 : Lokasi aktivitas dakwah

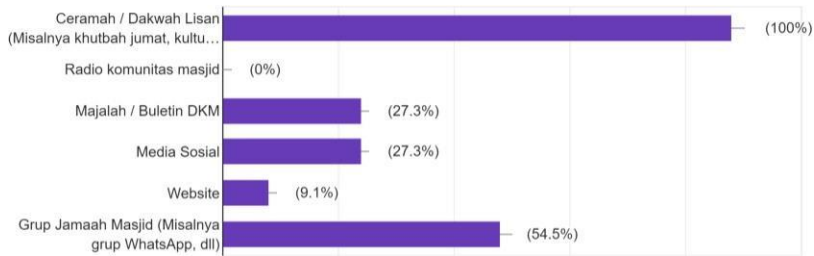
Pada bagian ini kita dapat melihat dimana dan kapan biasanya aktivitas dakwah dilakukan oleh DKM. Pada Tabel 16 kita mendapati data bahwa seluruh DKM melaksanakan aktivitas dakwahnya di dalam Masjid (100%), meski demikian terdapat beberapa acara yang biasa juga dilaksanakan di pelataran masjid/halaman (27,3%). Kita juga menemukan beberapa masjid memiliki ruangan khusus / kelas (18,2%) untuk melaksanakan aktivitas dakwah dalam skala yang lebih kecil. Sedangkan untuk waktu kegiatan dakwah banyak dilakukan selepas shalat Subuh (72,7%), tentunya selain aktivitas rutin ibadah shalat Jumat Berjamaah. Bila kita lihat secara seksama, ternyata hampir setiap waktu shalat terdapat aktivitas dakwah, dimulai sejak Subuh, lalu masuk waktu Dhuha (27,3%), Dzuhur (27,3%), Ashar (9,1%), Magrib (9,1%), hingga Isya (36,4%). Bahkan ada juga kegiatan dakwah yang dilakukan malam hari / larut malam (9,1%) biasanya untuk acara-acara seperti dzikir atau *'itikaf*.



Tabel 17: Waktu kegiatan dakwah

7. Media dan Metode Dakwah Penceramah

Memahami media dalam aktivitas dakwah sangatlah penting, mengingat media adalah salah satu faktor kunci dalam keberhasilan komunikasi itu sendiri.



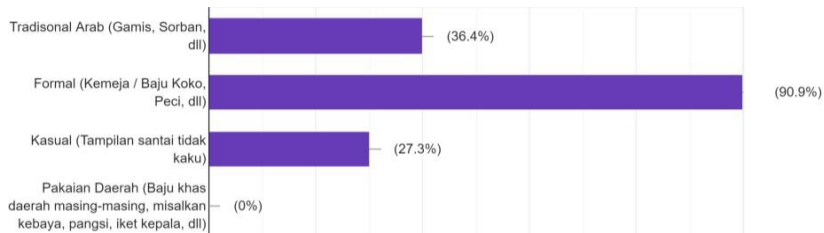
Tabel 18: Media Dakwah DKM

Seluruh responden dari DKM menggunakan media ceramah/dakwah lisan (100%) sebagai *core* utama kegiatan dakwah di masjid mereka. Tentu saja hal ini tidak mengherankan, mengingat dakwah lisan sedari dulu merupakan ciri khas masyarakat muslim, bahkan hingga kini. Selain menggunakan media konvensional seperti ceramah, beberapa masjid juga sudah mulai menggunakan *platform* lain, seperti Grup WA Jamaah (54,5%), Media Sosial (27,3%), dan Website (9,1%) sebagai sarana pendistribusian konten dakwah. Hal ini tentunya sejalan dengan visi-misi FSAM yang semakin dinamis dan mengikuti perkembangan zaman, bagaimana pun perkembangan teknologi perlu dimanfaatkan agar gaung dakwah semakin luas. Meski demikian, terdapat pula penggunaan media massa yang lebih konvensional seperti Buletin / Majalah (27,3%) yang biasa kita lihat saat pelaksanaan shalat Jumat Berjamaah berlangsung.



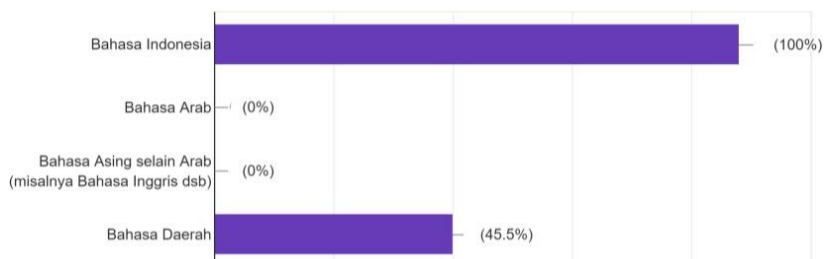
Tabel 19 : Metode Dakwah Penceramah

Metode dakwah yang dimaksud pada poin ini adalah pengembangan dari dakwah *tabligh* atau ceramah itu sendiri, metode yang dimaksud adalah gaya penyampaian pesan yang paling sering digunakan oleh para *da'i* saat mereka melakukan kegiatan dakwah. Kebanyakan materi dakwah disampaikan dengan metode Edukatif (72,7%) yakni materi dakwah yang menekankan kepada pendidikan wawasan ke-Islam-an yang bersifat menantang daya intelektual jamaah dengan pembahasan isu-isu kontekstual. Selain itu, metode Rekreatif (18,2%) juga dipilih sebagai sisipan agar dakwah tidak terkesan monoton dan lebih menghibur. Ada pula *da'i* yang menyukai metode dakwah kontemplatif yang lebih bersifat Persuasif (9,1%) dan mengajak jamaah untuk merenung terkait tema-tema yang lebih sentimental.



Tabel 20 : Busana yang Paling Sering Digunakan Penceramah saat Melakukan Aktivitas Dakwah

Busana ini berkaitan erat dengan metode dakwah sebelumnya, mengingat banyak sekali *da'i* yang menggunakan metode edukatif maka sangatlah wajar bila kita mendapati data lanjutan seperti tersaji di dalam tabel di atas. Busana yang paling banyak, adalah setelan Formal (90,9%) dengan kemeja atau baju koko lengkap menggunakan peci hitam khas budaya melayu. Selain itu ada pula penceramah yang menggunakan gaya busana Tradisional Arab (36,4%) yakni setelan gamis dan Sorban. Pihak responden juga mengaku ada beberapa *da'i* yang lebih Kasual (27,3%) dalam memilih busana selama beraktifitas dakwah.



Tabel 21 : Bahasa yang Digunakan Penceramah dalam Kegiatan Dakwah

Pada pemilihan bahasa yang digunakan, responden seluruhnya memilih Bahasa Indonesia (100%) dalam melakukan kegiatan dakwah. Meski demikian ada pula yang menggunakan Bahasa Daerah (45,5%) dalam ceramahnya, misalnya Bahasa Sunda. Hal ini dilakukan agar dakwah lebih mudah dipahami oleh khalayak dan pesan tersampaikan secara lengkap.

8. Sarana dan Prasarana Penunjang Aktivitas Dakwah

Sarana dan prasarana ini berkaitan dengan komitmen DKM sebagai penyelenggara kegiatan dakwah di lingkungannya. Seperti terlihat pada data dibawah ini, seluruh DKM anggota FSAM telah memiliki Perangkat Audio (100%) dan Mimbar (100%) untuk pelaksanaan kegiatan dakwah sehari-hari. Lebih dari setengahnya juga telah memiliki Ruang Kelas (63,6%) atau tempat khusus lainnya yang digunakan untuk aktivitas dakwah lengkap dengan Papan Tulis (63,6%). Bahkan, beberapa DKM

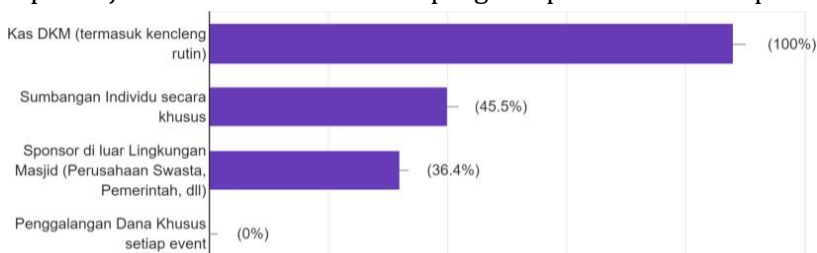
telah melengkapi masjid mereka dengan Televisi / Layar (54,5%) dan Peralatan Video (54,5%) untuk kebutuhan konten dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa DKM serius dan berkomitmen penuh dalam setiap kegiatan yang mereka laksanakan di masjid.



Tabel 22 : Sarana dan Prasarana Penunjang Dakwah

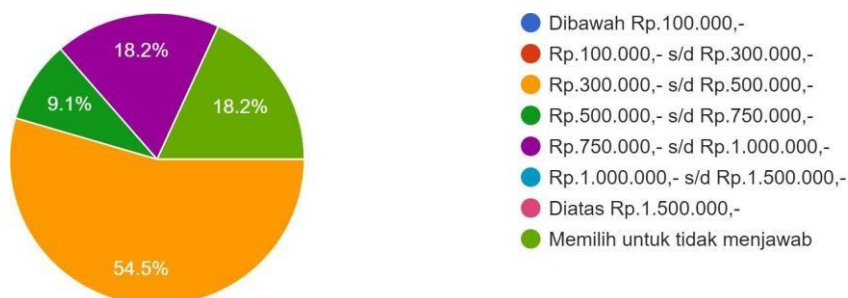
9. Kesejahteraan Penceramah/Da'i

Poin ini berkaitan dengan sumber dana yang digunakan oleh DKM terkait kegiatan dakwah, khususnya insentif bagi *da'i*. Tentunya ini bukanlah komersialisasi dakwah akan tetapi wujud dari profesionalisme pihak DKM dalam melaksanakan kegiatan dakwah. Kita tidak bisa menutup mata, bahwa kegiatan dakwah memiliki posisi yang sangat penting dalam Islam. Kerja dakwah adalah bagian terberat yang memakan banyak energi dan sumber daya. Tanpa adanya kemampuan pengelolaan sumber daya yang profesional, gerak dakwah bisa melambat bahkan terhambat. Sumber utama dana didapatkan dari Kas DKM (100%) yang biasanya di dapat dari infaq rutin jamaah melalui kencleng masjid. Adapula yang bersumber dari Sumbangan Individu secara Khusus(45,5%) dan Sponsor di luar Lingkungan Masjid (30,4%), biasanya berupa kerjasama CSR atau bantuan program pemerintah maupun swasta.



Tabel 23: Sumber Dana Kegiatan Dakwah

Dana ini yang kemudian didistribusikan untuk kesejahteraan masjid dan program-program kegiatan, termasuk agenda dakwah rutin. Salah satunya adalah insentif yang diberikan kepada para penceramah, baik untuk kegiatan ceramah rutin (seperti ceramah Jum'at, kultum atau kajian) maupun kegiatan *seasonal* dan tematik lainnya. Rentang insentif bervariasi, biasanya disesuaikan pula dengan skala kegiatan dakwah. Namun rata-rata dana yang dikeluarkan untuk kegiatan ceramah rutin adalah sebagai berikut:



Tabel 23 : Insentif Penceramah dalam Kegiatan Dakwah Rutin Masjid

Rata-rata DKM memberikan honorarium kepada penceramah sebesar Rp.300.000 - Rp.500.000 (54,5%), Rp.500.000 - Rp.750.000 (9,1%), hingga Rp.750.000 - Rp.1.000.000 (18,2%). Hal ini menunjukkan bahwa anggaran dana untuk kegiatan dakwah telah terkelola dengan baik, disamping itu honorarium adalah bukti profesionalisme DKM dalam kerja dakwah Islam. Tentu saja karena sifatnya yang sensitif dan rahasia, maka tidak semua DKM terbuka soal insentif / honor penceramah ini. Adapula yang Memilih untuk Tidak Menjawab (18,2%) dalam poin ini, tentunya hal ini tidak masalah dan sangat wajar.

10. Program Kerja FSAM

Sebagai gambaran terkait apa saja yang dilakukan oleh FSAM, maka bisa dilihat program kerjanya di tahun 2020 dan beberapa di tahun 2021 yang. Terlebih dahulu baik untuk dipahami bahwa FSAM sangat peka melihat kondisi dan keadaan zaman. Hal tersebut sedikit banyak mempengaruhi aktivitas dakwah dan program-program FSAM yang hampir tak bisa dipisahkan dengan dakwah digital maupun program-program yang sifatnya *bottom-up*, artinya program yang dibuat sesuai dengan kebutuhan mad'u atau jamaah masjid. Seluruh program kerjanya sangat fokus terhadap pengembangan dan pemberdayaan umat hingga peningkatan peran serta fungsi masjid sebagai pusat peradaban, mulai dari aspek ibadah *mahdhoh* hingga aspek-aspek kebermanfaatan dan kebutuhan lainnya. Lebih lengkapnya, berikut adalah program-program yang diinisiasi oleh FSAM di tahun 2020 dan 2021;

a. Pelatihan Tata Laksana Penyembelihan Hewan Qurban

Pelatihan untuk masyarakat, khususnya takmir masjid, untuk mengembangkan kapasitasnya dalam proses penyembelihan hewan qurban yang menjadi bagian dari syariat Islam. Ada 51 peserta yang mengikuti pelatihan ini dan mereka adalah perwakilan dari masjid-masjid anggota FSAM.

b. Pelatihan Sanadisasi Imam Masjid

Lebih spesifiknya yang dilakukan dalam program ini adalah penyambungan sanad bacaan surat al fatimah bagi tiap-tiap imam masjid anggota FSAM. Pemberi atau penguji sanadnya adalah Syaikh Mahmoud Ahmad Zohde. Beliau merupakan tim LTI &

Darul Quran dari Gaza, Palestina. Program seperti ini tentu sangat diperlukan mengingat bacaan surat al Fatihah adalah rukun dalam Shalat.

c. FSAM Berbagi Satgas Covid19

Dalam menghadapi berbagai kondisi, termasuk pandemi, FSAM turut serta hadir bahu membahu memberi apa yang bisa diberi bagi warga. Ini penting untuk melekatkan pemahaman di masyarakat bahwa masjid, atau Islam pada hakikatnya, hadir memberi perhatian terhadap kondisi aktual tiap orang, memastikan tak ada yang putus asa, memastikan tak ada yang kesulitan, dan saling bantu satu sama lain.

d. Pembagian Bracket Standing al Quran

Ini adalah salah satu program FSAM yang bertujuan untuk memfasilitasi tiap masjid se-Margahayu Raya dalam pelaksanaan ibadah shalat. Pembagian bracket standing pun tidak dilakukan begitu saja, melainkan berdasarkan pengamatan dan komunikasi FSAM dengan masjid bahwa keberadaan bracket standing cukup diperlukan.

e. Latihan Bela Diri Ceria

Program ini dilatarbelakangi oleh kejadian-kejadian yang tidak mengenankan kepada masyarakat, khususnya ulama, semacam tindak kekerasan. Makanya, FSAM menilai bahwa perlu pelatihan bela diri untuk mempersiapkan generasi kuat, menjaga ulama dan diri sendiri. Acaranya di lakukan tiap malam rabu dan diikuti oleh jamaah masjid dari manapun se-Margahayu Raya.

f. Pelatihan Manajemen Masjid

Dalam program ini, FSAM memfasilitasi keinginan para pengurus DKM dengan mencari pelatihan terbaik di Indonesia yang telah terbukti berhasil, bukan sekadar teori yang tidak bisa diaplikasikan, Sebagaimana diketahui, setiap pengurus masjid tentu bersungguh-sungguh ingin memakmurkan masjidnya dan program ini dirasa adalah program yang tepat untuk mendukung hal tersebut. Program ini dilaksanakan oleh FSAM bekerja sama dengan Masjid Enterprise yang rutin menyelenggarakan pelatihan nasional. Pelatihan ini terdiri dari 23 sesi yang dilaksanakan secara online via zoom. Tak sampai di situ, selesai pelatihan, dilangsungkanlah satu tahun pendampingan pembentukan Baitul Maal.

g. Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Masjid

Program satu ini diinisiasi oleh FSAM dalam rangka meningkatkan dan ikut berperan dalam aspek ketahanan ekonomi umat yang pada akhirnya bertujuan untuk memakmurkan masjid juga, terlebih di masa pandemi.

h. Jadwal Adzan Serentak

Program ini dilatarbelakangi oleh belum samanya waktu adzan yang dikumandangkan di Margahayu Raya sehingga dalam tingkat tertentu bisa membingungkan jamaah dan berpotensi mengurangi nilai ibadah.

i. Riayah Imam Masjid dan Sehari Bersama para Hafizh

Ini merupakan program yang dilakukan sebagai kelanjutan dari program sanadisasi al-Fatihah. Program ini dilaksanakan sehari bertepatan dengan Nuzulul Quran.

j. Audisi Muadzin

Sebagaimana diketahui, adzan yang baik dan indah bukan hanya bagian syariat, melainkan juga sebagai syiar Islam yang bisa menyentuh hati. FSAM menghadirkan trainer nasional, yakni ustadz Abdul Roziq, yang sudah berpengalaman menyelenggarakan pelatihan adzan, qiraat, dan ilmu keislaman lainnya.

k. Kebersihan Masjid dan Pemberdayaan Marbot Masjid

FSAM sangat concern kepada setiap elemen masjid, tidak terkecuali marbot. Karenanya, FSAM menginisiasi program pelatihan dalam menjaga standar kebersihan masjid yang dilakukan bekerjasama dengan perusahaan profesional di bidang cleaning service. Kedepannya, program ini dirasa tak sekadar berhenti untuk kebersihan masjid. Ada visi untuk membuat program pelayanan masjid dalam membersihkan rumah-rumah warga yang dilakukan oleh marbot. Dengan demikian, kesejahteraan marbot bisa meningkat.

l. Dakwah Pemuda: Komunitas Pemuda Muslim Margahayu Raya

Dalam program ini, FSM mencoba menghadirkan program yang menarik dengan dua penekanan, yaitu;

- 1) Pemuda merasa nyaman berada di masjid: kajian yang sesuai tema dengan pemateri ustadz muda dan berkumpul dengan anak muda lain yang satu frekuensi.
- 2) Pemuda mendapat manfaat dengan nongkrong di masjid: menyalurkan hobi, mendapatkan skill/keahlian untuk mendapat penghasilan, dan menjadi relawan sosial/tanggap bencana.

m. Transformasi Masjid Digital

Era digital tak bisa dihindari dan masjid perlu menyesuaikan diri, baik untuk perbaikan manajemen internal maupun memanfaatkan platform digital untuk syiar dakwah. Program ini terdiri dari dua fokus;

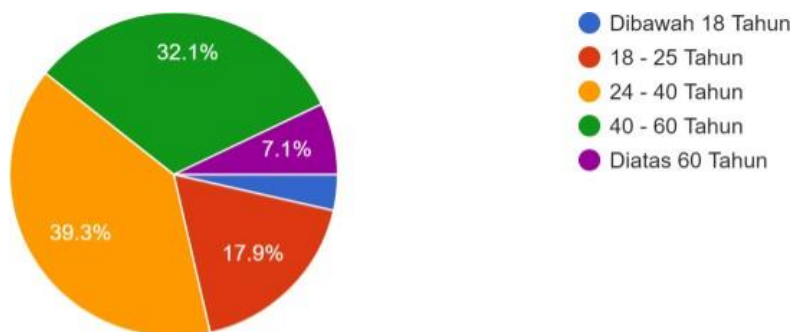
- 1) Digital Ecosystem Masjid: mengelola masjid secara digital atau online sederhana dan manajemen masjid serta jamaah yang terintegrasi di aplikasi mobile.
- 2) Digital Media Masjid: syiar dakwah lewat digital media.

Di luar program yang telah dilaksanakan seperti diuraikan di atas, ada beberapa program yang belum terealisasi namun akan segera diwujudkan, alasan terkendalanya berkenaan dengan kondisi pandemic yang sedikit banyak menghambat. Program-program yang tertunda dan belum sempat diwujudkan di tahun 2021 ini adalah program pelatihan pemuda & digital Islam yang memberikan pelatihan untuk

skill di dunia digital, FSAM Booth Safety & Care, serta FSAM peduli MCK dan Sanitasi Air Bersih.

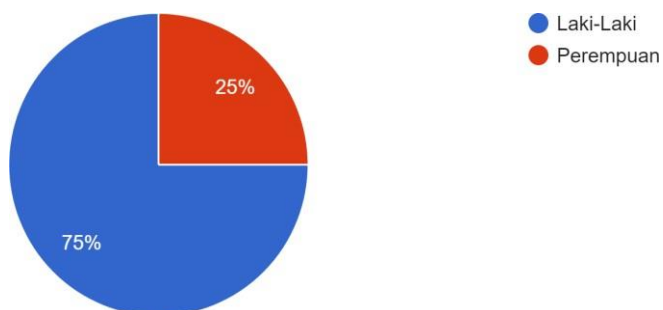
11. Profil Jamaah Masjid Anggota FSAM (*Mad'u*)

a. Rentang Usia Jamaah dan Jenis Kelamin



Tabel 24 : Rentang usia jamaah

Dalam survey yang dilakukan kepada jamaah masjid anggota FSAM nampak profil jamaah yang jelas menurut usia. Melalui data kita dapat melihat, jamaah masjid di lingkungan Kompleks Margahayu Raya (khususnya masjidmasjid anggota FSAM) di dominasi oleh jamaah dengan usia produktif, yakni 24 - 40 Tahun (sebanyak 39,3%) dan disusul oleh jamaah usia 40 - 60 Tahun (sebanyak 32,1%). Hal ini sekaligus menunjukkan, profil usia rata-rata masyarakat di kompleks Margahayu Raya secara umum. Usia jamaah sangatlah penting dalam *profiling* jamaah masjid, hal ini akan berkaitan langsung dengan program dakwah dan kegiatan yang tepat sasaran. Rentang usia ini juga biasanya akan berpengaruh pada materi dakwah yang diminati hingga gaya penyampaian materi dalam aktivitas dakwah.

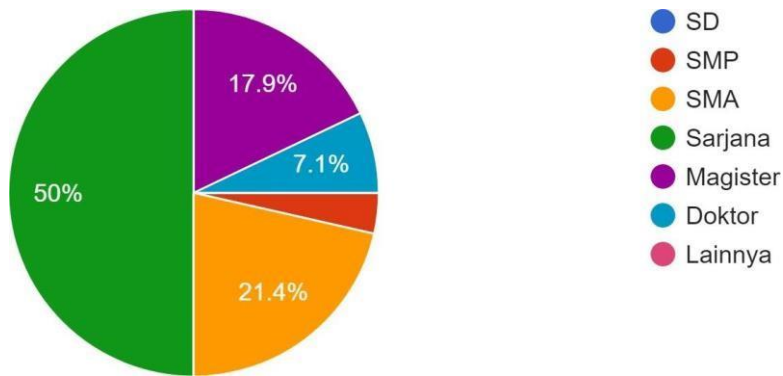


Tabel 25 : Jenis kelamin jamaah

Khusus untuk data jenis kelamin kami mengakui terdapat beberapa kekurangan yang menjadikan data ini kurang representatif bagi kami; pertama, survey dilakukan dengan proses penyebaran angket di hari Jumat (selepas shalat Jumat) sehingga tidak mengherankan bila *responden* angket mayoritas laki-laki. Kedua, proses penyebaran angket dilakukan melalui jaringan / grup anggota FSAM (DKM). Meski demikian dalam amatan langsung (observasi) kami juga menemukan jamaah perempuan dalam kegiatan dakwah di masjid masing-masing anggota. Namun, data ini tetap menjadi acuan bagi kami dalam melakukan profil jamaah masjid anggota FSAM. Terlihat dalam data bahwa jamaah didominasi oleh laki-laki (75%) dan perempuan (25%). Tentu saja hal ini sangat wajar, seperti kita maklum bersama bahwa dalam Islam terdapat ibadah mingguan khusus laki-laki, yaitu shalat Jumat berjamaah. Hal ini menjadikan laki-laki adalah profil jamaah mayoritas bagi masjid-masjid di seluruh dunia, baik sedari dulu, kini, dan *insyaallah* hingga kelak hari akhir. Tidak hanya itu, pengurus dan aktivis masjid juga didominasi oleh laki-laki (baik secara struktural maupun tidak).

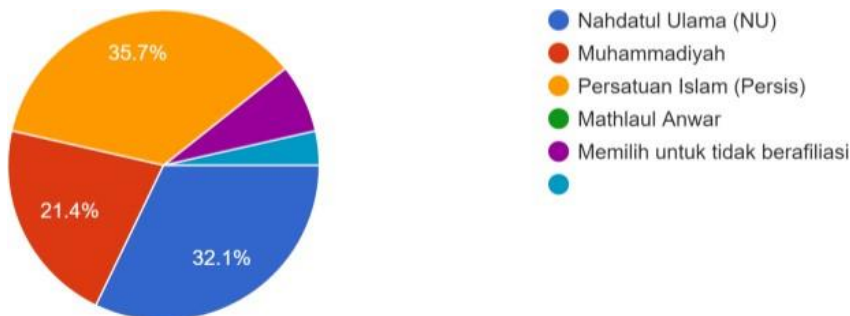
12. Jenjang Pendidikan Jamaah Masjid

Sangat menarik melihat profil pada bagian jenjang pendidikan jamaah. Mengingat kawasan Margahayu Raya termasuk kedalam kategori kawasan urban-perkotaan, sehingga kami tidak heran dengan profil jenjang pendidikan yang didominasi oleh Sarjana (50%). Meski demikian, jamaah masjid anggota FSAM juga memiliki jamaah dengan jenjang pendidikan terakhir SMA (21,4%) diurutan kedua. Selain itu, ternyata ada juga jamaah yang telah menempuh jenjang studi Magister (17,9%) dan Doktor (7,1%). Hal ini menunjukkan, bahwa jamaah masjid di kawasan Margahayu Raya termasuk kedalam kelompok masyarakat yang *well-educated* sehingga program dan materi dakwah pun menurut kami perlu disesuaikan kembali, agar tetap relevan dan mampu menantang daya intelektual jamaah. Karena, biasanya kelompok masyarakat dengan jenjang pendidikan Sarjana hingga Doktor memiliki minat yang kuat terhadap tema-tema dakwah yang mereka nilai 'menantang' secara intelektual.



Tabel 26 : Jenjang pendidikan

13. Afiliasi Organisasi



Tabel 27 : Afiliasi organisasi jamaah

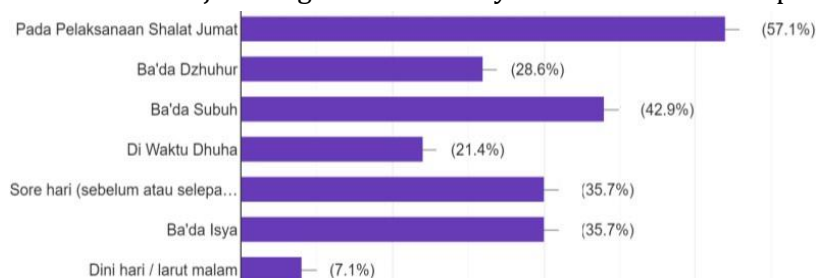
Data ini menjadi sangat penting, mengingat afiliasi organisasi dapat mempengaruhi *point-of-view* jamaah terkait Islam dan wawasan ke-Islam-an. Bagi sebagian orang, organisasi tak hanya sebatas gerakan struktural-formal semata namun lebih dari itu telah menjadi bagian dari kultur dan sikap beragama itu sendiri. Dalam survey yang dilakukan terhadap jamaah masjid anggota FSAM, kita dapat melihat beberapa organisasi populer yang mendominasi. Meskipun banyak sekali organisasi Islam lainnya, namun sepertinya tiga organisasi populer: Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, dan Persis lah yang betul-betul mendominasi.

Ketiga organisasi tersebut telah lama dikenal dan memiliki nilai historis tersendiri bagi masyarakat muslim, khususnya di Indonesia. Merujuk dapat hasil temuan afiliasi organisasi terbanyak secara berturut-turut diisi oleh; Persatuan Islam (35,7%), Nahdlatul Ulama / NU (32,1), dan Muhammadiyah (21,4%). Kita dapat melihat tidak ada satupun organisasi yang terlalu menonjol diantara ketiga organisasi ini, ketiganya terpaut hanya selisih sekian persen saja. Hal ini menunjukkan, wajah masyarakat

urbanperkotaan yang kita kenal: heterogen dan majemuk. Meski demikian, terdapat pula responden yang ‘memilih untuk tidak berafiliasi’ sebanyak 7,1% dan responden yang memilih organisasi lainnya (selain empat organisasi yang telah disediakan sebagai pilihan) sebanyak 3,6%. Data afiliasi organisasi sangat penting bagi FSAM dan penelitian dakwah lainnya, fungsinya sebagai pemetaan awal bagi ‘peta-pemikiran’ ke-Islam-an di Kompleks Margahayu Raya, bahkan dapat menjadi data awal bagi penelitian dengan cakupan wilayah yang lebih luas (misalnya, peta organisasi Islam se-Bandung Raya atau Jawa Barat).

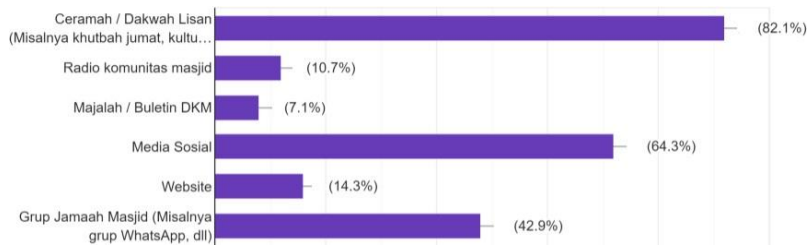
14. Waktu Kegiatan Dakwah yang Paling Sering Diikuti atau Disukai Oleh Jamaah

Kegiatan dakwah yang paling sering diikuti ini menggambarkan profil jamaah sebelumnya (khususnya poin B. Jenis Kelamin Jamah), mengingat banyaknya jamaah laki-laki yang terlibat dalam survey ini sehingga dapat dengan mudah kita dapatkan data seperti diatas. Waktu kegiatan dakwah (seperti yang sudah terduga sebelumnya) didominasi saat ‘Pelaksanaan Shalat Jumat’ sebanyak 57,1%. Pelaksanaan shalat jumat, termasuk kegiatan ceramah di dalamnya merupakan aktivitas dakwah yang sifatnya wajib bagi laki-laki muslim yang sudah *baligh*. Sehingga menjadi sangat wajar bila kegiatan ini, merupakan agenda rutin tiap masjid di seluruh dunia, jamaahnya pun didominasi oleh laki-laki (bukan berarti perempuan tidak boleh atau tidak ada yang mengikuti kegiatan ini). Waktu kegiatan dakwah berikutnya yang digemari jamaah adalah Ba’da Shalat Subuh (42,9%), Sore hari/sebelum atau selepas Shalat Magrib (35,7%), dan Ba’da Shalat Isya (35,7%). Selepas shalat subuh dinilai waktu paling efektif dan disukai oleh jamaah masjid di wilayah Kompleks Margahayu Raya, waktu ini dinilai sangat cocok untuk kegiatan dakwah. Selain udara yang sejuk dan segar, di waktu ini pun tidak mengganggu aktivitas sehari-hari. Terdapat data unik yang kami temukan selama melakukan survey, ternyata ada juga jamaah masjid yang memilih waktu Dini Hari/larut malam (7,1%) sebagai waktu yang digemari untuk melakukan aktivitas/kegiatan dakwah. Meski tidak banyak, namun ternyata kegiatan dzikir malam dan kajian tengah malam ternyata ada dan memiliki peminat.



Tabel 26 : Waktu Kegiatan Dakwah bagi Jamaah

15. Media Dakwah yang Disenangi



Tabel 27 : Media Dakwah bagi Jamaah

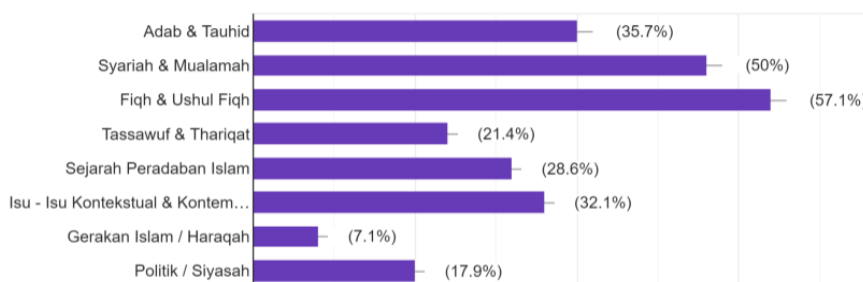
Dinamika dan perubahan zaman telah mendorong umat untuk senantiasa beradaptasi, termasuk dalam urusan dakwah. Seperti yang kita ketahui, bahwa dakwah kini tak sebatas kegiatan ceramah/*tabligh* semata. Namun, dapat dimaknai dengan luas, termasuk dalam penggunaan media didalamnya. Dalam Ilmu Komunikasi, media memegang peranan penting dalam satu alur komunikasi (khususnya bagi komunikasi massa). Media mampu mengamplifikasi pesan sehingga memiliki daya jangkauan yang semakin luas. Dengan perkembangan teknologi, media kian beragam. Kehadiran Internet contohnya, telah merubah *landscape* tatanan kehidupan sosial, termasuk aktivitas komunikasi antar manusia, hingga kegiatan dakwah di dalamnya. Media sosial kini makin digemari oleh masyarakat, termasuk umat Islam.

Meski kehadiran media sosial termasuk unik dan populer, rupanya dakwah model lisan/ceramah tetap menjadi pilihan utama bagi jamaah masjid di Kompleks Margahayu Raya. Hasil survey menunjukkan, bahwa jamaah menyukai model ceramah/dakwah lisan seperti *khutbah*, kultum, kajian tatap muka, dan sebagainya. Hampir seluruh responden memilih model dakwah ini, hingga menembus angka 82,1%. Lalu disusul dengan media dakwah yang kini tengah naik daun: Media Sosial (64,3%), Grup Jamaah Masjid seperti WhatsApp Group juga diminati (42,9%). Kita sering sekali menemukan Buletin Jumat di masjid-masjid, namun ternyata responden kurang menyukai media dakwah ini, data menunjukkan hanya 7,1% saja jamaah yang menyukai media ini. Masih kalah populer dengan Website (14,3%) dan Radio (10,7%).

Data ini sangatlah penting sebagai *insight* bagi FSAM khususnya, dan DKM masjid lain pada umumnya mengingat kehadiran Media Sosial tengah menjadi 'primadona' bagi jamaah untuk mendapatkan 'konten' dakwah. Seperti pada data sebelumnya (sima tabel bla bla...) bahwa sektor media sosial belum 'digarap' secara maksimal oleh DKM di FSAM. Sehingga, menurut kami perlu adanya 'sinkronisasi' antara keinginan publik (jamaah) dan sumber daya

DKM terkait isu media ini. Melalui data ini, kita juga dapat melihat kekuatan Grup Jamaah di media sosial (WhatsApp) yang sangat besar dalam distribusi konten dakwah, inilah peluang emas bagi DKM untuk masuk dan meraih hati jamaah lebih baik lagi. Harapannya, melalui optimalisasi media ini kegiatan dakwah akan semakin efektif dan berdampak.

16. Materi Dakwah yang Paling Digemari



Tabel 28: Materi Dakwah yang Paling Digemari

Bila dicermati maka banyak sekali sebetulnya tema dan topik dalam kegiatan dakwah. Tema dan topik ini biasanya menyesuaikan dengan situasi dan waktu ketika dakwah itu berlangsung. Sangat sulit bila kita mengakomodasi keseluruhan tema dan topik dakwah yang ada di masyarakat, karena itu dalam penelitian ini kami menghimpun beberapa kategori populer yang sering dijadikan materi dakwah. Terdapat sedikitnya delapan kategori topik, yang meliputi; *Adab & Tauhid*, *Syariah & Muamalah*, *Fiqh & Ushul Fiqh*, *Tasawwuf & Thariqat*, Sejarah Peradaban Islam, Isu Kontekstual & Kontemporer, Gerakan/*Harakah Islamiyah*, dan Politik /*Siyasah*. Jamaah akan memilih topik yang paling mereka gemari. Melalui data ini, harapannya pemetaan tema berdasarkan minat jamaah dapat terbentuk. Sehingga konten dakwah akan lebih diterima dan lebih berdampak bagi jamaah.

Bila melihat data hasil survey, tema yang paling digemari (lima teratas) adalah Fiqh & Ushul Fiqh (57,1%), *Syariah & Muamalah* (50%), Adab & Tauhid (35,7%), Isu Kontekstual & Kontemporer (32,1%), dan Sejarah Peradaban Islam (28,6%). Tentunya data ini bukan untuk menunjukkan bahwa topik yang satu lebih penting ketimbang yang lain. Namun, lebih kepada preferensi jamaah dalam memilih topik dalam kegiatan dakwah yang mereka ikuti. Kita sama-sama sepakat, seluruh kategori topik di atas sama-sama penting. Hanya saja, melalui data ini kita dapat melihat kecenderungan jamaah dalam memilih tema. Misalkan, isu seputar Gerakan Islam/*Harakah* ternyata kurang diminati (7,1%) begitu pula topik-topik seputar Politik (17,9%). Sehingga topik ini tidak perlu diprioritaskan, mengingat jamaah lebih

menginginkan dan bisa jadi memang lebih membutuhkan materi-materi dakwah dengan topik Fiqh, Syariah, dan Tauhid.

Data ini menjadi semacam acuan bagi para *da'i* dan DKM dalam menentukan kurikulum dakwah yang akan mereka lakukan di masjid masing-masing. Solahuddin (2020) menyebutkan perlu bagi seorang *da'i* untuk terus memperkaya keilmuan mereka agar relevan dengan apa yang betul-betul diperlukan oleh *mad'u*. Para *da'i* menderita berbagai penyakit yang tidak memberinya peluang untuk menunaikan dakwah secara efektif dan efisien (*baligh*). Pesan-pesan dakwah tidak dapat tersampaikan (*conveyed*) dengan baik kepada target dakwahnya sehingga angka kualitas *tabligh* menjadi amat rendah (Solahuddin, 2020: 26). Ketidaksinkronan kebutuhan *mad'u* dan keterampilan *da'i* dalam memilih tema yang tepat disinyalir sebagai penyebab utama dakwah yang tidak efektif.

17. Metode Dakwah yang Paling Digemari



Tabel 29 : Metode Dakwah yang Paling Digemari

Terdapat sedikitnya tiga metode dakwah populer yang sering dijumpai; Edukatif, Rekreatif, dan Persuasif. Ketiga metode ini memiliki pendekatan komunikasi dan gaya retorika nya masing-masing yang khas. Tentunya, metode satu akan cocok bagi profil jamaah yang satu namun tidak terlalu efektif bagi profil jamaah lain. Kepiawaian para juru dakwah dalam menggunakan metode dakwah dan menyesuaikan dengan profil jamaah adalah kunci kesuksesan aktivitas dakwah. Khusus untuk profil jamaah masjid anggota FSAM seperti terungkap pada data diatas lebih menyukai metode dakwah Edukatif (57,1%) dengan penekanan yang lebih pada data, unsur pendidikan, dan pembawaan materi yang 'menantang daya intelektual.' Hal ini senada dengan data sebelumnya terkait jenjang pendidikan jamaah (simak Tabel 3: Jenjang Pendidikan Jamaah), mengingat profil jamaah yang *welleducated* menjadikan mereka lebih nyaman dengan metode dakwah yang Edukatif. Selain itu, mereka juga merasa nyaman bila dakwah tidak selamanya dibawakan dengan format serius, namun juga ada unsur Rekreatif (32,1%) sehingga aktivitas dakwah lebih berwarna.

18. Busana Penceramah yang Digemari



Tabel 30 : Busana *Da'i* yang Digemari Jamaah

Menyimak data hasil survey, jamaah masjid komunitas FSAM banyak menyukai *da'i* atau penceramah dengan busana yang Formal (50%) seperti tampilan dengan kemeja, baju koko lengkap dengan peci khas masyarakat Melayu pada umumnya. Busana seperti ini dinilai lebih profesional oleh masyarakat urban, sehingga menimbulkan kesan penceramah yang samasama tereduksi dan tampil elegan saat aktivitas dakwah berlangsung. Namun demikian, beberapa jamaah juga menilai tampilan yang lebih Kasual (28,6%) dari penceramah juga bisa memberikan kesan akrab kepada khalayak. Sebagian kecil saja yang memilih busana tradisional Arab (14,3%) seperti Gamis dan Sorban sebagai preferensi busana *da'i* yang diminati oleh jamaah Kompleks Margahayu Raya.

B. Kelompok Urban *Well-Educated*

Melalui peta profil jamaah masjid di lingkungan Kompleks Margahayu Raya, khususnya jamaah masjid anggota FSAM kita dapat menarik benang merah terkait identitas mayoritas di wilayah ini. Melalui survey sederhana dan analisis singkat, kita dapat melihat bahwa jamaah memiliki profil masyarakat urban-perkotaan pada umumnya. Masyarakat perkotaan adalah masyarakat yang dalam kehidupan beragamanya lebih bersifat rasional, dan kehidupan mereka lebih berpusat pada bidang ekonomi, perdagangan, dan sebagainya, dan cenderung ke arah keduniaan (secular trend). Orang kota cenderung lebih mandiri dan individual sementara warga desa lebih mementingkan kelompok atau keluarga. Pembagian kerja pada masyarakat kota lebih tegas dan lebih bersifat profesional atau spesialis (Syah, 2013:3). Sehingga tak mengherankan bila jamaah menyukai media dakwah yang lebih kekinian, seperti media sosial. Masyarakat perkotaan telah terkoneksi Internet secara menyeluruh dan merata, begitu pula dengan akses informasi dan teknologi. Mereka secara mandiri dan aktif telah beradaptasi dengan perkembangan zaman itu sendiri, menjadikan masyarakat model ini lebih mudah menyerap informasi dan

mampu mengolah pesan secara kritis. Kajian Dewi & Fata (2021) menunjukkan telah terjadinya perubahan model dakwah di Indonesia, di mana kelas menengah Muslim memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mencari dan memilih cara berislam yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Senada dengan penelitian yang dilakukan pada profil jamaah FSAM yang ternyata menggunakan media sosial dan grup WhatsApp dalam mengonsumsi konten-konten dakwah.

Tema-tema yang digemari pun menunjukkan kebutuhan masyarakat perkotaan, sebut saja Fiqh dan Muamalah. Seperti kita ketahui bersama, bahwa kelas menengah muslim kini sedang naik daun dengan populasi yang terus meningkat. Selain mapan secara ekonomi, berpendidikan tinggi, melek informasi, dan peka terhadap perkembangan dan perubahan ekonomi-sosialpolitik, mereka juga antusias mempraktikkan Islam dalam kehidupan sehari-hari. Kebanyakan dari mereka menetap di wilayah perkotaan. Antusiasme beragama mereka dapat dilihat dari semakin banyaknya muslimah perkotaan yang memakai jilbab/hijab. Jumlah jamaah haji dan umrah pun dari tahun ke tahun mengalami peningkatan (Dewi & Fata, 2021: 2-3). Hal ini tentunya berimplikasi terhadap kebutuhan mereka akan ilmu agama itu sendiri, salah satunya adalah pengetahuan yang lebih bersifat praktis dan aplikatif dalam kehidupan mereka sehari-hari. Hal ini kemudian diperkuat dengan selera jamaah akan metode dakwah para *da'i*, melalui data diatas kita dapat melihat lebih setengahnya responden menyukai metode dakwah yang bersifat edukatif ketimbang model yang persuasif / kontemplatif.

BAB IV Penutup

A. Kesimpulan

Shalat adalah simbol Islam bagi individu. Sedangkan masjid merupakan simbol umat Islam. Tak diragukan lagi, masjidlah bangunan pertama yang didirikan Rasul saat membangun masyarakat muslim ketika itu. Melalui masjid pula, nilai-nilai tauhid kembali diperkenalkan, majelis-majelis ilmu disemarakkan didalamnya, dan peradaban baru dimulai. Sejarah mencatat kehadiran masjid dalam Islam punya peran penting. Tak cuma sebagai pusat dakwah, tapi beragam aktivitas lain umat Islam dimulai dari masjid. Bahkan, kala dakwah di Madinah, masjid seolah menjadi pusat 'pemerintahan mini'. Diskusi kebijakan dirampungkan didalamnya, aktivitas pendidikan dan kaderisasi umat dilakukan di masjid, bahkan putusan perkara pengadilan dilakukan di masjid pula. Sejak saat itu, masjid menjadi simbol kebangkitan Islam dan persatuan

umat. Bahkan hingga kini dan nanti, masjid tetap menjadi tempat persatuan umat. Semasa Islam menguasai seperempat wilayah dunia, masjid selalu menjadi pusat peribadatan sekaligus peradaban umat. Melalui masjid tiang agama Islam ditegakkan.

Sangatlah wajar bila kita mempertimbangkan dan merenungkan kembali tentang peranan DKM selaku 'operator' masjid, karena melalui merekalah kegiatan dakwah dapat semarak. Kehadiri forum silaturahmi, komunitas antar DKM, maupun lembaga-lembaga lain dengan isu ini sangatlah penting. Seperti yang tersaji dalam laporan, kegiatan dan program kerja FSAM menunjang pula kepada pengembangan kapasitas dan kapabilitas anggota (DKM) dalam membina para *da'i* agar lebih baik lagi saat melakukan aktivitas dakwah. Status sosial dihapuskan di dalam masjid. Semua orang, tak peduli keturunan, warna kulit, jabatan, ataupun profesi, semua sama-sama bersujud 'mencium' lantai di masjid. Melalui pembinaan tauhid inilah, masjid menciptakan insan-insan tangguh pemimpin umat. Dari 'rahim' masjid inilah, generasi emas Islam dilahirkan. Sehingga tak mengherankan bila Allah Swt. begitu mencintai pemuda yang 'dekat' dengan masjid.

B. Rekomendasi

Kita sama-sama tahu kebangkitan Islam tak lepas dari peran masjid. Setiba di Madinah, Rasul langsung membangun masjid. Melalui masjid, umat semakin solid dan kokoh. Hingga akhirnya Islam mencapai masa emasnya selama 700 tahun setelah rasul wafat. Semua dimulai dari 'rahim' masjid. Kesuksesan dalam pengelolaan masjid adalah kunci keberhasilan umat.

Pengelolaan masjid tak hanya soal fungsi rububiyah semata. Artinya, masjid tidak sebatas digunakan untuk shalat dan ibadah-ibadah vertikal saja, melainkan harus ada fungsi-fungsi sosial. Kebermanfaatan ini mencakup banyak hal, mulai dari urusan ibadah, ekonomi, *social-development*, hingga kebersihan lingkungan.

Berhasil atau tidaknya masjid di tengah umat bergantung pada para pengelolanya, dalam konteks penelitian ini adalah para anggota dari FSAM yakni DKM itu sendiri. Bagaimana pun sumber daya insani tetap nomor wahid. Karena percuma bila masjid megah, tetapi tak dikelola secara baik. Bermegahmegah dalam membangun masjid tentunya sangatlah relatif. Misalkan, Masjidil Haram dan Masjid Nabawi yang sangat megah. Tetapi apakah umat Islam yang ada disana masuk kedalam kategori 'bermegah-megahan'? Tentu saja tidak serta-merta. Karena pada kenyataannya dua masjid inilah yang paling makmur, baik dari segi aktivitas ibadah maupun ekonomi dan sosial-budaya.

Bermegah-megah yang negatif adalah orang yang membangun masjid besar-besaran tetapi tidak diikuti dengan memakmurkannya. Akan tetapi bila

membangun masjid dengan baik dengan maksud untuk memuliakannya dan memakmurkannya tentu itu baik. Berikut beberapa tips dalam mengelola masjid dari Drs. KH. Dedy Rokhaedie Arief, M.Si. salah satu pengurus DKM Masjid Raya Bandung Provinsi Jawa Barat, yang sempat juga menjabat sebagai Ketua Bidang Imarah untuk para DKM di seluruh Indonesia agar masjid lebih makmur dan semarak dengan kegiatan bermanfaat;

Idarah. Artinya manajemen organisasi. Di dalamnya mencakup banyak hal, mulai dari perencanaan, struktur organisasi, administrasi, keuangan, hingga pengawasan. “Masjid sebaiknya memiliki pengurus (*takmir*) agar kebutuhan umat mudah terakumulasi. melalui manajemen organisasi yang baik dan jelas, maka para DKM akan mampu memetakan visi dan program-program masjid dengan baik pula. Sehingga kebermanfaatannya masjid bagi umat akan lebih terasa.

Imarah. Artinya kemakmuran masjid. Makmur tak selalu berarti uang kas masjid yang banyak. “Imarah masjid disini maksudnya, masjid makmur dengan kegiatan-kegiatan keislaman,” tutur Dedy. Bila ada masjid besar, tapi sepi kegiatan keagamaan itu indikasi masjid tidak makmur. Memakmurkan masjid banyak caranya, misalkan dengan menampung majelis-majelis taklim, kegiatan remaja masjid, menyediakan perpustakaan, kegiatan shalat lima waktu dan shalat jumat yang terorganisasi dengan baik, layanan kesehatan, koperasi, hingga pemberdayaan perempuan. “Termasuk membangun madrasah atau taman pendidikan al-Qur’an, hal ini juga merupakan langkah memakmurkan masjid.”

Ri'ayah. Maksudnya adalah pembangunan masjid secara fisik. Masalah kebersihan, sanitasi, dan listrik masuk ke dalam kategori ini. Tentu jamaah akan lebih nyaman beribadah di masjid yang bersih dan wangi bukan? “*Takmir* berkewajiban mengelola dana umat yang dititipkan di masjid. Sebagian dana digunakan untuk merawat dan memelihara masjid sebagian lagi digulirkan untuk program-program kemanusiaan atau kegiatan harian.”

Melalui sinergi ketiga pilar ini, Dedy berharap pengelolaan masjid di Indonesia bisa lebih profesional lagi. Mengingat umat Islam di Indonesia sangatlah banyak, tentu peran masjid menjadi sangat vital. Karena sebagai wadah umat untuk beribadah, bersosialisasi, hingga pengelolaan sumber daya insani.

Daftar Pustaka

- Abidzar, MD. 2015. *Strategi Dakwah Masa Kini: Beberapa Langkah Strategis Pemecahan Problem Dakwah*. Jurnal Lentera, 12 (1)
- Achmad, A. 1991. *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Primaduta.
- Arikunto, S. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Basit, A. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers
- Britta, AJD. Loudon, DL. 1992. *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. New York. McGraw-Hill.
- Burhanuddin, B. 2017. *Membangun Pola Komunikasi Dakwah Sebagai Alternatif Mencegah Sikap Intoleransi Beragama*. Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan. 21 (1)
- Ending, S. 2017. *Peta Dakwah Majelis Ulama Indonesia Nusa Tenggara Barat*. Nusa Tenggara Barat: MUI.
- Faisal, S. 1990. *Penelitian Kualitatif: Dasar - dasar dan Aplikasi*. Malang: YA3 Malang.
- Fitriani, N. Militina, T. Effendi, AJ. 2012. *Pengaruh Faktor Demografi Dan Investasi Swasta Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Samarinda*. Jurnal Ekonomi Pembangunan. 10 (1)
- Gazalba, S. 1983. *Mesjid Pusat Ibadat dan Kebudayaan Islam*. Jakarta: Pustaka Antara
- Gunawan, I. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hanafie, S. Abdullah, AS. 1988. *Mimbar masjid: Pedoman untuk Khatib dan Pengurus Masjid*. Jakarta: CV Haji Masagung
- Illahi, W. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, LJ. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Majelis Ulama Indonesia. 2004. *Kerangka Acuan Penyusunan Peta Dakwah Nasional*. Jakarta. Masjid Istiqlal Taman Wijayakusuma.
- Mulyana, D. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Rosyad, A. 1977. *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Usman, A. Castrawijaya, C. 2010. *Manajemen Masjid*. Bandung: Angkas

