

# DAKWAH DAN KESALEHAN: STUDI TENTANG GERAKAN TERAS DAKWAH DI KOTA YOGYAKARTA

## DA'WAH AND PIETY: THE STUDY OF THE TERAS DAKWAH MOVEMENT IN YOGYAKARTA

Dony Arung Triantoro  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
arungdony73@gmail.com

### Abstract

*This paper analyzes the emergence of contemporary da'wah movements in Yogyakarta, especially in the social institutions of Teras Da'wah (TD) which massively carry out popular da'wah programs among Yogyakarta Muslims. Contemporary dakwah movements from time to time continue to change and TD programs are one form of da'wah which show how contemporary dakwah movements collaborate with popular culture. This paper will explain the forms of contestation conducted by the Teras Dakwah against the old religious authorities through various popular da'wah programs. This study is important to see how the contemporary da'wah movement strengthens its authority in society. In particular, this article will discuss the following questions. What is the context of the emergence of contemporary da'wah movements? What is the form of contestation by the Teras Dakwah against the old religious authorities? How is the process of da'wah, piety, and migration taking place on the Teras Dakwah? This research was conducted through field studies and supported by the relevant literatures. The results of this study indicate that the contestation carried out by the Teras Dakwah against the old religious authorities was carried out through efforts to create popular piety spaces and move for the community. Then the Teras Dakwah did not contest politically but did an Islamic sociocultural movement.*

**Keywords:** *contemporary da'wah movement, piety, popular culture, old religious authority, hijrah.*

### Abstrak

Tulisan ini menganalisis munculnya gerakan dakwah kontemporer di Yogyakarta, terutama pada lembaga sosial Teras Dakwah (TD) yang secara masif melakukan program dakwah populer di kalangan Muslim Yogyakarta. Gerakan dakwah kontemporer dari waktu ke waktu terus berubah dan program-program dakwah TD adalah salah satu bentuk dakwah yang memperlihatkan bagaimana gerakan dakwah kontemporer berkolaborasi dengan budaya populer. Artikel ini akan menjelaskan bentuk-bentuk kontestasi yang dilakukan Teras Dakwah terhadap otoritas keagamaan lama melalui berbagai program dakwah populer. Kajian ini penting dilakukan untuk melihat bagaimana gerakan dakwah kontemporer memperkuat otoritasnya di Masyarakat. Secara khusus, artikel ini akan membahas beberapa pertanyaan berikut. Seperti apa konteks kemunculan gerakan dakwah kontemporer? Bagaimana bentuk kontestasi yang dilakukan oleh Teras Dakwah terhadap otoritas keagamaan lama? Bagaimana proses dakwah, kesalehan dan hijrah berlangsung di Teras Dakwah? Kajian ini dilakukan melalui studi lapangan dan didukung literatur yang relevan. Hasil dari kajian tersebut menunjukkan bahwa kontestasi yang dilakukan oleh Teras Dakwah terhadap otoritas keagamaan lama dilakukan melalui upaya menciptakan ruang kesalehan populer dan hijrah bagi masyarakat. Kemudian Teras Dakwah tidak berkontestasi secara politis, tetapi melakukan gerakan sosiokultural Islamis.

**Kata Kunci:** gerakan dakwah kontemporer, kesalehan, budaya populer, otoritas keagamaan lama, hijrah.

### Pendahuluan

Artikel ini membicarakan semangat kebangkitan Islam di Indonesia pasca Orde Baru. Jatuhnya rezim Orde Baru pada tahun 1998 mengakibatkan keran demokrasi terbuka lebar, sehingga berimplikasi pada munculnya gerakan-gerakan Islam kontemporer yang semakin aktif (Azra, 2002). Gerakan-gerakan Islam kontemporer ini mulai menjalankan dan menikmati Islam

dengan caranya sendiri. Fealy & White (2008) menyebutnya dengan istilah "muslim baru" yang menikmati Islam dengan rasionalitas dan pluralistis.

Studi mengenai gerakan dakwah kontemporer telah banyak ditulis oleh sejumlah sarjana (Beta, 2014; Kailani, 2012; Rosyad, 2006). Kailani (2012) melakukan studi tentang gerakan dakwah kontemporer yang memfokuskan

pada konteks dakwah Forum Lingkar Pena (FLP). Hasil studinya menunjukkan bahwa popularitas FLP sebagai gerakan dakwah kontemporer dilatarbelakangi oleh sejumlah wacana. Pertama, wacana kebangkitan industri publikasi Islam di era Soeharto. Kedua, FLP muncul bersamaan dengan wacana krisis moralitas dikalangan pemuda muslim di era Reformasi. Di samping itu, studinya juga menunjukkan bahwa FLP sebagai gerakan dakwah populer telah berhasil mengemas Islam dengan budaya pop untuk menyebarkan citra seorang muslim yang saleh dan trendi di kalangan pemuda muslim Indonesia.

Berbeda dengan Kailani, Beta (2014) melakukan studi tentang gerakan dakwah kontemporer yang memfokuskan pada Komunitas *Hijabers (Hijabers Community)*. Hasil studinya menunjukkan bahwa *Hijabers Community (HC)* sebagai gerakan dakwah populer telah mengekspresikan bentuk kesalehannya melalui gaya berpakaian yang islami dan modern. Di samping itu, ia membahas fenomena kemunculan HC dalam diskusi pertemuan antara pasar dan agama.

Topik penelitian yang sama juga telah dilakukan oleh Rosyad (2006). Dalam studinya, Rosyad (2006) mengungkap tentang gerakan kebangkitan Islam kontemporer di kalangan anak muda di Bandung, dengan fokus pada kemunculan, perkembangan, dan kekhasannya. Ia mengungkap tentang berbagai faktor yang melatarbelakangi kemunculan gerakan-gerakan tersebut. Kemudian menjelaskan tentang bagaimana dan mengapa anak muda beralih ke Islam serta bagaimana gerakan-gerakan itu dikembangkan oleh kalangan anak muda di Bandung. Hasil studinya menunjukkan bahwa kemunculan gerakan kebangkitan Islam saat ini merupakan kelanjutan dari tradisi pembaharuan dari gerakan Islam sebelumnya di Jawa seperti, Muhammadiyah dan PERSIS. Di samping itu, kemunculan gerakan Islam kontemporer juga dilatarbelakangi oleh berbagai masalah spiritual, sosial, politik dan budaya yang dihadapi muslim di Indonesia. Rosyad (2006) juga menjelaskan bahwa fenomena kebangkitan Islam kontemporer merupakan fenomena global di seluruh dunia muslim. Namun, gerakan kebangkitan Islam di Indonesia berbeda dengan gerakan kebangkitan Islam di Timur Tengah yang cenderung mengarah pada revolusioner politik radikal dan tindakan revolusioner. Gerakan kebangkitan Islam di Indonesia cenderung

bersifat budaya, yaitu mewarnai norma-norma yang telah mapan dengan spirit keislaman.

Studi-studi sebelumnya cenderung mengkaji gerakan dakwah kontemporer dalam konteks sosial, budaya populer, politik, dan pasar. Artikel ini menampilkan hal yang berbeda dengan fokus membahas kemunculan gerakan dakwah kontemporer dalam konteks kontestasi antar otoritas keagamaan, terutama dengan otoritas lama. Dalam artikel ini, penulis menempatkan gerakan dakwah kontemporer sebagai otoritas baru yang secara masif melakukan dakwah dengan cara-cara baru dan berbeda dari otoritas lama. Di samping itu, kesalehan dan hijrah adalah isu lain yang diperiksa dan dikaji dalam artikel ini.

Penulis akan membahas fokus kajian ini melalui lembaga sosial keagamaan Teras Dakwah (TD) di Yogyakarta. Teras Dakwah dipilih sebagai fokus kajian karena merupakan salah satu lembaga sosial keagamaan yang secara masif melakukan dakwah populer di Yogyakarta. Di samping itu, Teras Dakwah juga berbeda dengan gerakan dakwah kontemporer lainnya yang memusatkan aktivitas dakwahnya di masjid-masjid umum. Teras Dakwah melakukan aktivitas dakwahnya di teras rumah seorang warga di Kampung Nitikan, Yogyakarta.

Penelitian ini penting dilakukan untuk melihat bagaimana Teras Dakwah melakukan aktivitas dakwah populer sebagai bentuk kontestasi terhadap aktivitas dakwah yang dilakukan oleh otoritas lama. Kemudian, dengan mengkaji Teras Dakwah, artikel ini menunjukkan adanya gerakan dakwah yang membuka ruang kesalehan dan hijrah bagi Muslim di Yogyakarta. Secara khusus, artikel ini mendiskusikan tiga pertanyaan. *Pertama*, seperti apa konteks kemunculan gerakan dakwah TD? *Kedua*, bagaimana bentuk kontestasi yang dilakukan TD dengan otoritas keagamaan lama? *Ketiga*, bagaimana proses dakwah, kesalehan, dan hijrah berlangsung dalam gerakan dakwah TD?

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, artikel ini dibagi menjadi tujuh bagian. Pada bagian pertama, artikel ini menjelaskan latar belakang yang menjadi fokus kajian ini. Bagian kedua artikel ini mendeskripsikan sejarah berdirinya Teras Dakwah dan kebebasan mengekspresikan dakwah pasca-era Orde Baru. Bagian ketiga artikel ini mengeksplorasi tentang Teras Dakwah sebagai gerakan Islam kontemporer. Dalam sub bab ini juga akan diurai tentang kontestasi Teras Dakwah terhadap otoritas lama

beraliran ekstremisme. Pada bagian kelima, artikel ini menjelaskan tentang program-program dakwah populer Teras Dakwah. Dalam sub bab ini juga akan dijelaskan tentang praktik kesalehan dan hijrah yang berlangsung di Teras Dakwah. Bagian keenam artikel ini, penulis menyajikan pengembangan kelembagaan yang dilakukan Teras Dakwah, terutama terkait tentang ekonomi dan media teknologi komunikasi. Terakhir, artikel ini ditutup dengan kesimpulan.

Secara metodologi, data artikel ini bersumber dari penelitian lapangan di lembaga sosial Teras Dakwah yang beralamat di Jalan Nitikan UH VI/413 Kelurahan Sorosutan Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta. Selama di lapangan, penulis melakukan wawancara mendalam (Wimmer & Dominick, 2014) dengan pendiri lembaga sosial Teras Dakwah. Di samping itu, penulis mengamati proses berlangsungnya beberapa pengajian di Teras Dakwah. Kemudian penulis melakukan penelusuran terhadap akun media sosial Teras Dakwah sebagai data pendukung artikel ini. Terakhir, artikel ini dianalisis dengan sejumlah literatur yang relevan dengan topik penelitian ini.

### **Teras Dakwah: Sejarah dan Kebebasan Mengekspresikan Dakwah**

Fenomena kemunculan gerakan Islam kontemporer di Indonesia tidak bisa dipisahkan dari wacana kebangkitan Islam di berbagai negara dunia. Pada tahun 1979 negara-negara Muslim dunia mulai menyuarakan spirit keislaman dalam berbagai gerakan sosial dan politik. Pakistan dan Libya mulai menerapkan hukum Islam, munculnya gerakan oposisi Islam di Mesir dan Turki, pemberontakan terhadap invasi Marxis di Afganistan, gerakan separatis Islam di Filipina, dan beberapa negara muslim lainnya (Rosyad, 2006).

Munculnya gerakan-gerakan ini dilatarbelakangi oleh Revolusi Iran pada tahun 1979. Pada tahun itu pemimpin agung Iran pertama, yaitu Ayatullah Khomeini, berhasil mempengaruhi pikiran umat Islam dunia melalui gerakan revolusi (Jones, 1980). Di samping itu, Revolusi ini tidak hanya sebagai ungkapan kekecewaan terhadap penguasa Mohammad Reza Pahlavi, tetapi juga mengubah konstitusi Iran yang awalnya Monarki menjadi Teokrasi (Republik Islam). Ini menunjukkan awal semangat gerakan Salafi dan Syi'ah mulai berkuasa di Iran untuk menentang budaya Westernisasi. Keberhasilan

Khomeini dalam memimpin gerakan revolusi Iran tersebut membuat Muslim di negara-negara lain mengaguminya. Bahkan, fotonya tersebar di berbagai media (Van Bruinessen, 2002; Zainuddin & Hamdan, 2000).

Semangat memperjuangkan ideologi negara Islam yang didengungkan oleh revolusi Iran tampaknya menginspirasi aktivis Islam di tanah air, terutama aktivis kampus. Mereka mulai terlibat dalam berbagai kegiatan keagamaan yang diadakan di masjid-masjid umum, kampus, dan sekolah. Di masjid umum mereka membentuk Ikatan Remaja Masjid, di kampus mereka mendirikan Lembaga Dakwah Kampus, dan di sekolah mereka menggagas Kerohanian Islam (Rohis) (Rosyad, 2006).

Pada puncaknya di tahun 1980-an, muncul gerakan Islam yang disebut *Harakah*. *Harakah* berbeda dengan organisasi keagamaan dan kemasyarakatan lainnya seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah. Gerakan ini pada umumnya dipelopori oleh pelajar-pelajar di sekolah dan universitas. Mereka tidak dilatih dalam tradisi pesantren yang mendalami ilmu agama. Mereka membawa misi tentang penerapan ideologi Islam atau syariah Islam, menjadikan Islam sebagai satu-satunya jalan hidup dan oposisi terhadap dominasi budaya non-Islam. Di samping itu, mereka sering menyuarakan paham kembali kepada al-Qur'an dan *Sunah* (Rosyad, 2006). Nakamura (1980) menyebutnya dengan Islamisasi, yaitu usaha untuk menanamkan identitas keislaman dalam segala aspek kehidupan.

Walaupun demikian, revolusi Iran memang bukanlah satu-satunya instrumen yang mendorong munculnya berbagai gerakan Islam di tanah air terutama gerakan Islam di kampus-kampus. Kemunculan gerakan Islam di sekolah dan kampus tidak bisa dipisahkan dari wacana situasi politik pemerintahan di masa Orde Baru.

Di masa Orde Baru, pelajar dan mahasiswa sering melakukan kritik terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah. Pada masa ini, pelajar dan mahasiswa menjadi agen perubahan sosial, ekonomi, politik serta satu-satunya harapan masyarakat. Ini disebabkan karena sangat sedikit masyarakat yang memiliki akses untuk melanjutkan pendidikan pada saat itu. Oleh karena itu, pada tahun 1974 terjadi aksi demonstrasi mahasiswa yang menuntut pembubaran kelompok asisten pribadi presiden, penurunan harga, dan penanganan kasus korupsi.

Aksi demonstrasi ini justru meninggalkan kesan tragis bagi aktivis kampus dan sekolah. Sekitar 9 siswa terbunuh dan 23 lainnya terluka dalam aksi ini. Aksi ini dikenal dengan Peristiwa Malari (Peristiwa Kelima Belas Januari) (Tomtowi Syafei dalam Rosyad, 2006).

Oleh karena itu, pada tahun 1977 pemerintah Orde Baru melalui Kementerian Pendidikan melarang keterlibatan siswa dan mahasiswa dalam bidang politik (CSIS, 1980, hlm. 15). Kebijakan ini tentu membuat aktivisme mahasiswa kehilangan jati dirinya. Kemudian pada tahun 1983, Pemerintah Orde Baru memaksa beberapa organisasi mahasiswa Islam seperti, Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM), dan Pelajar Islam Indonesia (PII) untuk mengubah ideologi keorganisasian mereka.

Ini dilakukan pemerintah melalui pemberlakuan Pedoman Dasar untuk Organisasi Massa (Undang-Undang Keormasan) termasuk organisasi pelajar dan mahasiswa. Organisasi pelajar dan mahasiswa diminta untuk menerima Pancasila sebagai ideologi keorganisasian mereka. Akhirnya, beberapa dari organisasi tersebut menerima pancasila sebagai ideologi keorganisasian mereka. PII adalah satu-satunya organisasi mahasiswa Islam yang memilih untuk membubarkan diri (Rosyad, 2006).

Situasi ini tentunya membuat aktivisme muslim teralienasi. Untuk mengurangi keterasingan ini, aktivis muslim mencoba langkah baru dengan menjadikan masjid-masjid umum dan masjid-masjid kampus sebagai pusat kegiatan kemahasiswaan. Hal itu menyebabkan pada awal 1980-an mereka merubah orientasi dan gaya keorganisasian mereka dengan membangun opini publik dan sosial di masyarakat.

Artikel ini menunjukkan bahwa kemunculan gerakan dakwah TD mewarisi atmosfir semangat kebangkitan *harakah* di tahun 1980-an dan implikasi dari aktivisme muslim, yang mulai menjadikan masjid-masjid umum sebagai pusat kegiatan keislaman pascakebijakan Orde Baru tentang larangan keterlibatan siswa dan mahasiswa dalam bidang politik. Oleh karena itu, pada tahun 2005 seorang sarjana hukum bernama M. Akhid Subiyanto mulai membuat acara-acara keagamaan yang berpusat di Masjid Kampung Nitikan Yogyakarta. Namun, pada tahun 2010, aktivitas dakwah yang dilakukan Akhid mengalami gesekan dengan beberapa pengurus

masjid yang beraliran ekstremisme. Istilah ekstrem mengacu pada istilah *ghuluw* (berlebih-lebihan dalam suatu perkara), *tanattu* (sikap yang keras), *ifrat* (mempersempit), *tashaddud* (menyusahkan sesuatu) atau *takalluf* (memaksakan diri) yang mempunyai ciri fanatik terhadap salah satu pandangan, suka mengkafirkan orang lain, berprasangka buruk kepada orang lain, dan cenderung mempersulit (Afroni, 2016). Beberapa pengurus masjid memandang gerakan dakwah yang dilakukan Akhid dan rekan-rekannya tidak sesuai dengan ajaran yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw. Ini disebabkan beberapa kegiatan dakwah Akhid selalu mengkolaborasi dengan budaya moderen atau populer. Fenomena ini menunjukkan perbedaan mendasar antara otoritas lama dan otoritas baru. Otoritas lama cenderung melakukan praktik keislaman dengan cara-cara tradisional (Fealy, 2009; Hatina, 2010), sedangkan otoritas baru cenderung menampilkan suasana religius yang lebih populer dan menarik bagi pemuda Muslim (Fealy & White, 2008; Nisa, 2018).

Kedua otoritas ini saling berkontestasi, sehingga pada tahun 2011 Akhid dan rekan-rekannya mulai merintis kajian keagamaan melalui sepetak teras rumah berukuran 2,2 x 12 Meter. Kajian keagamaan ini secara rutin dilakukan setiap hari rabu dan dimulai setelah sholat maghrib sampai waktu isya. Di samping itu, kajian ini juga mengadopsi pola dakwah Pesantren Masyarakat Jogja (PMJ) yang didirikan oleh Ustaz Puji Hartono. Ustaz Puji Hartono juga secara aktif mengisi kajian keagamaan di komunitas tersebut. Pada akhirnya, kajian keagamaan rutin ini disebut dengan komunitas Teras Dakwah (TD). Nama "Teras Dakwah" diambil dari tempat berlangsungnya pengajian yaitu di teras rumah.

Teras rumah menampilkan kesan santai, fleksibel, sederhana, dan terbuka. Filosofi ini yang dipegang oleh Akhid untuk mengembangkan aktivitas dakwahnya, sehingga menurut hasil wawancara penulis dengan Akhid bahwa dirinya berharap dengan konsep dakwah yang terbuka ini masyarakat tidak malu untuk bergabung dan mengikuti kajian keagamaan di Teras Dakwah. Melakukan aktivitas dakwah yang dipusatkan di halaman rumah juga pernah dicontohkan Rasulullah Saw di awal penyebaran Islam di Makkah. Pada saat itu, Rasulullah memusatkan dakwahnya di rumah sahabat yang bernama al-Arqam. Di rumah al-Arqam, Nabi berhasil

membawa 39 orang Mekkah jahiliyah masuk ke dalam agama Islam (Watt, 1974).

Selanjutnya, Teras Dakwah mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun. Ini terlihat dari antusiasme masyarakat yang mengikuti kajian keagamaan di Teras Dakwah yang semakin meningkat. Pada tahun 2011-2012, jumlah jamaah yang hadir hanya mencapai 3-5 orang. Kemudian pada tahun 2013, Teras Dakwah mulai memanfaatkan media sosial untuk mensosialisasikan program dakwahnya ke masyarakat luas. Berkat penggunaan media sosial ini, masyarakat yang hadir pada kajian keagamaan di Teras Dakwah mencapai 50-70 orang. Belakangan antusiasme masyarakat yang mengikuti kajian keagamaan rutin di Teras Dakwah mencapai 200-500 orang. Sementara itu, untuk kajian-kajian akbar, antusiasme masyarakat yang hadir mencapai 1000-2000 orang. Data ini menunjukkan perkembangan Teras Dakwah yang sangat signifikan. Hal itu membuat Teras Dakwah pada tanggal 22 Februari 2014 memutuskan untuk berbadan hukum sebagai lembaga sosial dengan Akta Notaris No. 02/22-Feb-2014. Secara khusus, dengan mengacu pada Philipus & Aini (2004), Teras Dakwah termasuk lembaga sosial agama. Sebagai lembaga sosial keagamaan, Teras Dakwah tidak hanya melakukan aktivitas dakwah, tetapi juga kegiatan-kegiatan sosial lainnya.

Berdasarkan latar belakang sejarah berdirinya lembaga sosial Teras Dakwah, artikel ini menunjukkan adanya kecenderungan pola dakwah yang sama antara perjuangan eks-Masyumi di era Orde Baru dengan perjuangan dakwah TD. Hanya saja, misi perjuangan dakwahnya berbeda. Masyumi memperjuangkan politik Islam di pemerintahan, sedangkan Teras Dakwah memperjuangkan dakwah populer di tengah otoritas lama berideologi ekstremisme.

Partai Majelis Syuro Muslimin Indonesia (Masyumi) adalah partai Islam yang dibubarkan oleh pemerintah Orde Lama karena menolak ideologi Nasionalisme, Agama, dan Komunisme (Nasakom). Kebangkitan era Orde Baru menjadi kekuatan baru bagi kalangan eks-Masyumi untuk menghidupkan kembali partai politik Islam ini. Bahkan, mantan ketua Masyumi, Prawoto Mangkusasmito, secara aktif ingin mewujudkan rehabilitasi Masyumi menjadi partai politik. Namun, usaha ini justru mendapatkan penolakan dari berbagai kalangan, terutama Angkatan Darat, kalangan Kristen/Katolik, dan Para Tokoh

Partai Nasional Indonesia (Hisyam, 2003; Ward, 1970). Beberapa kalangan berpandangan bahwa kemunculan Masyumi sebagai kelompok ekstrem kanan hanya akan mengganggu stabilitas keamanan di Indonesia (Gaffar, 1993).

Berkat penolakan ini, Prawoto Mangkusasmito mengajukan rehabilitasi organisasi Islam yang belum berafiliasi pada partai politik yaitu Partai Muslimin Indonesia (PARMUSI) (Boland, 1985). Namun, usaha ini mendapatkan penolakan kembali oleh Presiden Soeharto. Presiden Soeharto menganggap bahwa struktur PARMUSI masih diisi oleh orang-orang Masyumi (Bajasut, 1972). Pada akhirnya, tokoh-tokoh berpengaruh di kalangan Masyumi mendirikan Dewan Dakwah Islam Indonesia (DDII) sebagai wadah aspirasi mereka yang fokus pada kemajuan dakwah di Indonesia (Anwar, 1984).

Meskipun berbeda misi dengan Masyumi, Teras Dakwah tampaknya memiliki pola perjuangan dakwah yang sama dengan Masyumi. Di awal-awal perjuangan dakwahnya, Akhid dan rekan-rekannya memusatkan aktivitas dakwah populer mereka di Masjid Kampung Nitikan Yogyakarta. Namun, belakangan aktivitas dakwah populernya mendapatkan penolakan dari beberapa pengurus Masjid yang berpaham ekstremisme. Menurut Ali & Effendy (1986) dan Rasyidi (1972), kalangan ekstremisme menolak modernisasi, karena mereka beranggapan bahwa modernisasi akan membawa nilai sekularisasi yang pada akhirnya mengarah pada budaya Westernisasi. Namun, pandangan ini dibantah oleh Madjid (1987) yang mengatakan bahwa modernisasi tidak dapat disamakan dengan Westernisasi. Ini disebabkan karena modernisasi identik dengan rasionalisasi. Pendapat ini diperkuat oleh Noer (1988) yang mengatakan bahwa modernisasi tidak menjadi masalah bagi Islam sepanjang tidak menyentuh persoalan teologi. Berkat penolakan tersebut, akhirnya Akhid dan rekan-rekannya mendirikan komunitas Teras Dakwah yang berpusat di halaman rumahnya.

### **Teras Dakwah dan Gerakan Dakwah Kontemporer**

Teras Dakwah sebagai gerakan dakwah kontemporer sekaligus otoritas baru cenderung menampilkan identitas budaya populer dalam aktivitas dakwahnya. Mengacu pada Rosyad (2006), gerakan dakwah kontemporer adalah gerakan yang muncul bersamaan dengan kemajuan media massa elektronik yang telah

berhasil menembus batas-batas nasional. Di samping itu, kehadiran gerakan dakwah kontemporer menampilkan kemasan Islam dalam bentuk yang lebih populer, sehingga Islam menjadi lebih akrab di masyarakat (Bahasoan, 1985). Berbeda dengan Rosyad, Ahmad dalam Rosyad (2006) mendefinisikan gerakan Islam kontemporer sebagai gerakan berorientasi masa depan yang peduli dengan moderenitas dan kemajuan teknologi.

Teras Dakwah sebagai gerakan dakwah kontemporer memfokuskan aktivitas dakwahnya pada aspek budaya Islam. Hal ini berbeda dengan gerakan Islam klasik yang cenderung memfokuskan aktivitas dakwahnya pada aspek pemurnian agama Islam dan politik Islam (Bahasoan, 1985). Argumen ini diperkuat melalui survei yang dilakukan oleh Sakai & Fauzia (2014) kepada 1.500 muslim di Indonesia. Hasil survei itu menunjukkan bahwa muslim di Indonesia telah mengalami pergeseran dalam pola dakwahnya, yaitu dari Islamis politik menjadi sosiokultural Islamis. Lebih lanjut Sakai & Fauzia (2014) menyebutkan bahwa salah satu faktor penyebab terjadinya pergeseran itu disebabkan oleh penyebaran otoritas keagamaan melalui media di era kontemporer.

Artikel ini menunjukkan bahwa Teras Dakwah memiliki kecenderungan dakwah sosiokultural Islamis seperti yang disampaikan Sakai & Fauzia (2014) sebelumnya. Namun, data penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian kecil pengurus TD ikut terlibat dalam aksi-aksi Islamis politik seperti, aksi bela Islam 212 dan aksi 2019 Ganti Presiden di Yogyakarta beberapa waktu lalu. Walaupun demikian, intensitas gerakan dakwah Islamis politik ini masih sangat rendah.

Teras Dakwah lebih memfokuskan dakwah sosiokultural Islamis seperti, mendesain tempat kajian dengan menampilkan budaya-budaya kafe. Di Yogyakarta, kafe menjadi tempat yang sering dikunjungi oleh kalangan anak muda. Di samping itu, budaya “ngafe” tampaknya telah menjadi budaya baru di kalangan pelajar dan mahasiswa (Palupi, 2016, hlm. 134). Istilah *cafe* merujuk pada bahasa Prancis yaitu *coffe* yang berarti kopi (Oldenburg, 1989, hlm. 126). Kemudian istilah *cafe* tersebut diadopsi oleh bahasa Indonesia menjadi kafe (Herlyana, 2012). Menurut istilah, “*Café is establishment providing food and refreshment for consumption and the premises to general public*” (Medlik, 1996, hlm. 30).

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Salendra (2014) bahwa budaya “*nongkrong*” di Kafe saat ini telah dijadikan sarana aktualisasi diri remaja. Begitu pula di Yogyakarta, fenomena “*nongkrong*” di kafe telah menjadi gaya hidup baru mahasiswa untuk mengekspresikan diri (Dimiyati, 2009). Fenomena maraknya budaya *ngafe* ini tampaknya tidak bisa dilepaskan dari pengaruh budaya global, terutama bersamaan dengan munculnya perusahaan *Starbucks* di Indonesia yang mengenalkan cara mengonsumsi kopi dengan cara-cara budaya barat seperti, menggunakan cara *espresso bar* (penambahan gula, *caramel*, susu, dan sebagainya) baik dalam sajian dingin maupun panas (Kusasi, 2010, hlm. 132–136).

Budaya kafe yang ditampilkan Teras Dakwah tampaknya membuka kesempatan bagi semua kalangan, golongan, dan usia untuk mengikuti kajian keagamaan. Ini sesuai dengan visi Teras Dakwah yaitu menjadi tempat “*ngaji asyik lintas harakah*”. Berdasarkan penelitian lapangan yang penulis lakukan, Teras Dakwah memang tidak mencerminkan golongan tertentu, semisal Muhammadiyah, Nahdhatul Ulama, Salafi, dan lainnya. Ini ditunjukkan melalui beberapa otoritas keagamaan yang memberikan kajian keagamaan di Teras Dakwah berasal dari latar belakang golongan yang berbeda.

Berhubungan dengan keterbukaan Teras Dakwah sebagai tempat kajian lintas *harakah*, Akhid menjelaskan bahwa:

“Pada tahun 2015 sampai 2016, ada seorang Muslim bertato (gambar yang melekat di bagian tubuh seseorang) ingin melakukan hijrah di Teras Dakwah. Awalnya, Muslim tersebut kesulitan mencari tempat yang bisa membantu proses hijrahnya, karena tato yang melekat di badannya memberikan citra negatif di lingkungan sekitarnya. Kemudian, dia merasa tidak nyaman untuk mengikuti pengajian di Masjid-masjid umum akibat tato yang melekat di badannya. Sehingga pada tahun 2015, ia menemukan gerakan dakwah yang berpusat di rumah warga yaitu Teras Dakwah. Teras Dakwah berbeda dengan masjid-masjid umum yang sangat kental dengan atribut keislaman. Akhirnya, ia mengawali proses hijrahnya dengan mengikuti kajian keagamaan di Teras Dakwah dan mengikuti program hapus tato”.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa hijrah dan kesalehan tidak terjadi secara stabil dan linear, melainkan ada negosiasi bahkan mengontestasikan identitas mereka dengan berbagai

aspek seperti, lingkungan sosial, budaya, dan psikologis. Mereka memilih lingkungan sosial mana yang mendukung proses hijrahnya. Kemudian mereka mempertimbangkan budaya mana yang sejalan dengan identitas budayanya. Di samping itu, secara psikologis mereka mencari kenyamanan batiniah dalam proses hijrahnya. Dalam konteks ini, Teras Dakwah sebagai lembaga dakwah dapat membantu proses hijrah mereka.

Teras Dakwah sebagai gerakan dakwah kontemporer menunjukkan bahwa Islam tidak hanya dipahami sebagai agama masjid, seperti yang diklaim oleh Snouck Hurgronje (Samson, 1972; Suminto, 1985). Melalui fenomena kemunculan Teras Dakwah, artikel ini menunjukkan bahwa Islam tidak hanya sekedar menunaikan kewajiban shalat dan lainnya. Namun, Islam juga membicarakan tentang bagaimana menciptakan ruang kesalehan bagi seorang muslim melalui kegiatan-kegiatan keagamaan populer. Di samping itu, Islam juga menyoal tentang bagaimana menjaga hubungan sosial dengan umat agama lain dan membantu muslim lain yang hidup dalam kesusahan dan keterbatasan.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa gerakan dakwah kontemporer menampilkan identitas budaya populer dalam aktivitas dakwahnya. Begitu pula yang dilakukan oleh Teras Dakwah. Teras Dakwah membuat program-program dakwah populer, seperti bagaimana budaya berpakaian yang sesuai syariat Islam melalui kajian *akhwat* dan *ummi* muda (Amida), bagaimana budaya *ta'aruf* dalam Islam melalui kajian *mencitaimu* karena Allah, bagaimana budaya bisnis dalam Islam melalui kajian "*ngaji* bisnis", dan sebagainya. Untuk mengetahui lebih jauh tentang program-program Teras Dakwah, pada bagian selanjutnya akan diuraikan lebih jauh tentang bagaimana program-program itu berlangsung.

### **Teras Dakwah dan Program Dakwahnya**

Sebagai gerakan dakwah kontemporer, Teras Dakwah melakukan berbagai program dakwah yang menarik. Program ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan spiritual jamaahnya. Beberapa program dakwah yang dilakukan Teras Dakwah antara lain sebagai berikut. *Pertama*, program dakwah *Ngaji Teras*. Program ini merupakan program rutin yang dilakukan Teras Dakwah sejak kemunculannya sebagai gerakan dakwah di Yogyakarta. Program *Ngaji Teras* ini

tidak hanya membahas tentang kajian keagamaan saja, tetapi juga membahas berbagai tema kajian populer seperti, percintaan, media, pemuda, mistis, ekonomi, dan lainnya.

Kajian percintaan cukup masif ditampilkan Teras Dakwah dalam program *Ngaji Teras*. Beberapa judul yang dibahas seperti, *Menikahlah, Jodoh yang Tak Tertukar, Ada Dakwah di Teras Cinta, Ustaz Tanya Donk, Jurus Taaruf Gak Pake Lama, Ketika Aku Jatuh Cinta, Akhirnya Aku Menikah*, dan lainnya. Kajian ini secara rutin dibahas oleh otoritas keagamaan yang fokus pada bidang perjodohan seperti, Ustaz Awan Abdullah, Sp.J (Spesialis Jodoh). Ia merupakan pengasuh Rumah Ta'aruf Taman Surga di Yogyakarta.

Berbeda dengan kajian percintaan, kajian media tidak secara masif dilakukan Teras Dakwah melalui program *Ngaji Teras*. Beberapa judul yang dibahas seperti, *Multilevel Pahala, Muslim Anti Mainstream*, dan Bedah Film *Truly Manly*. Kajian ini dibahas oleh beberapa pakar optimasi sosial media, sutradara, dan aktor film religi.

Seperti halnya kajian yang bertemakan percintaan, kajian-kajian seputar ibadah juga cukup masif dilakukan oleh Teras Dakwah melalui program *Ngaji Teras*. Kajian-kajian yang bertemakan ibadah seperti, *The Power of Giving, Rezeky Gak Bakal Tertukar Kayak Sendal Jepit*. Kajian ini membahas tentang keistimewaan bersedekah. Kemudian kajian tentang Pemuda Tak Peka Zaman, Ketika Hidayah Menyapa, #mncrgknskl (mencurigakan sekali), dan lainnya. Kajian-kajian tentang ibadah ini dilakukan oleh otoritas agama yang mempunyai kemampuan keilmuan agama yang memadai. Mereka berasal dari kalangan dosen dan dai-dai di Yogyakarta. Kemudian sebagian besar dari mereka adalah alumni Timur Tengah yang mendalami keilmuan agama Islam.

Sementara itu, kajian-kajian yang bertemakan ekonomi dalam program *Ngaji Teras* seperti, *Nge-Riba-Nget, Asyiknya Bisnis Ke Susu*, dan lainnya. Tema-tema ini cenderung dibahas bukan oleh kalangan otoritas keagamaan seperti, Ustaz, Kyai, atau Ulama. Namun, dibahas oleh otoritas wirausaha yang bergerak dalam berbagai bidang bisnis dan usaha. Selain program-program dakwah menarik yang telah dijelaskan sebelumnya, salah satu program yang jarang ditemui di berbagai komunitas dakwah lainnya adalah kajian tentang mistis (ilmu hitam).

Teras Dakwah melalui program *Ngaji Teras* juga sering menampilkan kajian-kajian tentang mistis seperti, Sihir-sihir Cinta, Antara Ada dan Tiada, dan lainnya. Kajian-kajian ini membahas tentang fenomena-fenomena yang terjadi di luar kasat mata manusia. Kajian ini secara rutin dibahas oleh seorang pakar ilmu ruqiyah syar'iyah yang juga sebagai mantan pengguna ilmu hitam yaitu Ustaz Sayid. Di Yogyakarta, Ustaz Sayid dikenal dengan sebutan Ustaz Satria Baja Hitam.

*Kedua*, program dakwah *Ngaji Kreatif*. Berbeda dengan program dakwah *Ngaji Teras* yang secara rutin dilakukan setiap hari rabu malam, program dakwah *Ngaji Kreatif* cenderung dilakukan secara fleksibel. Di samping itu, program *Ngaji Kreatif* dikemas dalam bentuk *workshop* dan *talk show*. Kajian-kajian yang dibahas seputar ekonomi kreatif, kesehatan, media, dan lainnya.

Kajian tentang ekonomi kreatif yang telah dilakukan misalnya *Workshop Internet Banking Pola Jualan Laris Market Place*. *Workshop* ini membahas tentang bagaimana membuat rancangan bisnis penjualan di Internet. Kemudian *workshop* ini tidak dibahas oleh otoritas keagamaan melainkan oleh Praktisi *Market Place*. Di samping itu, Teras Dakwah juga telah melakukan *workshop* tentang Melejitkan Omset di Sosmed. *Workshop* ini membahas tentang bagaimana cara-cara menggunakan media sosial untuk meningkatkan pendapatan. Kemudian kajian tentang Pejuang Ekonomi Ummat. Kajian ini membahas tentang bagaimana kebangkitan ekonomi Islam di Nusantara. *Workshop-workshop* ini juga dikenal dengan istilah *Ngaji Bisnis*.

Lebih lanjut, kajian-kajian tentang kesehatan yang telah dilakukan oleh Teras Dakwah melalui program *Ngaji Kreatif* antara lain, Sehat Gaya Rasul, Pengobatan *Thibbun Nabawi* Gratis, Bekam, dan lainnya. Kajian-kajian ini disebut dengan program sedekah sehat. Program Sedekah Sehat adalah program yang difasilitasi oleh Teras Dakwah yang bekerjasama dengan komunitas lain untuk mengenalkan cara-cara pengobatan sunah. Program-program ini diberikan secara gratis untuk muslim di Yogyakarta.

Kemudian kajian yang membahas tentang media seperti, Bedah Film dan Nonton Bareng Film "Alif Lam Mim". Film ini dibedah oleh seorang artis dan produser film "Alif Lam Mim" yaitu Arie Untung dan Penggiat dakwah media.

Selain dalam bentuk *workshop* dan *talk show*, belakangan ini Teras Dakwah sedang melakukan dakwah media dalam bentuk audio visual ayat suci al-Qur'an yang dibacakan oleh *qori-qori* muda Indonesia. Rekaman itu tidak hanya menampilkan suara, tetapi juga menampilkan animasi-animasi dakwah tentang seruan aksi sosial dan kemanusiaan. Dakwah media ini ditampilkan melalui beberapa akun media sosial Teras Dakwah oleh bagian TD Production.

*Ketiga*, Program *Tabligh Akbar*. Program ini dilakukan secara fleksibel, artinya tidak ada ketentuan waktu untuk melakukan program ini. Kemudian program *Tabligh Akbar* membahas berbagai macam isu keagamaan seperti, kajian ibadah, *Parenting*, Media, Ekonomi Islam, dan Gerakan Islam. Sebagian besar program *Tabligh Akbar* ini diisi oleh otoritas keagamaan populer yang sering tampil di televisi maupun media sosial. Kajian-kajian seputar ibadah yang telah dibahas dalam program *Tabligh Akbar* di Teras Dakwah yaitu, *This is Islam*. Kajian ini membahas tentang khazanah keilmuan Islam. Kemudian program ini dibahas oleh seorang pakar hadis nasional, yaitu Dr. H. Daud Rasyid, Lc. MA.

Selanjutnya, *Biar Sholeh Tapi Gaul*, kajian ini membahas tentang bagaimana menjadi muslim yang sholeh tetapi gaul. Kajian ini dibahas oleh Ustaz Evie Effendi. Ustaz Evie Effendi merupakan dai muda asal Bandung yang cukup populer di kalangan pemuda muslim Indonesia. Popularitasnya didapatkan melalui bahasa dakwahnya yang gaul dan romantis. *Tagline* yang populer dari dakwahnya, yaitu "Dear! Mantan, Maafkan aku yang dulu, GGS (*Gaul Gaul Sholeh*), SKSD (*Suka Kajian Suka Dzikir*), *Whatsapp (Wahai Allah Tanpa Sayang-Mu Aku Tidak Ada Apa-Apa)*" dan lainnya (Han dalam Sunarwoto (2018).

Selain itu, Teras Dakwah juga melakukan *Tabligh Akbar* yang berjudul *Ukhuwah Membawa Berkah*. Program ini membahas tentang pentingnya menjalin persaudaraan dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia. Program ini dibahas oleh Ustaz Abdul Somad, Lc. MA. Ustaz Abdul Somad merupakan dai asal Riau yang saat ini sangat populer di Indonesia. Popularitasnya didapatkan melalui keilmuan agama yang dimilikinya, media dan gaya berceramahnya yang tegas dan disertai humor.

Kajian-kajian tentang politik Islam yang dilakukan oleh Teras Dakwah dalam program



*Tabligh* Akbar yaitu, Ente Jual Ane Borong. Kajian ini membahas tentang bagaimana Muslim menghadapi situasi politik di Indonesia saat ini. Kajian ini dibahas oleh Dr. Haikal Hassan, MA atau yang dikenal dengan sebutan Babe Haikal. Babe Haikal adalah seorang sejarawan Islam dan anggota GNPF MUI. Popularitasnya mulai meningkat ketika ia bergabung dengan GNPF MUI dalam mengusut kasus penistaan agama yang menjerat Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahja Purnama (Ahok). Saat ini, ia secara masif mendukung gerakan 2019 ganti presiden di akun media sosialnya.

Beberapa otoritas keagamaan yang ditampilkan oleh Teras Dakwah melalui program *Tabligh* Akbar merupakan otoritas keagamaan populer di Indonesia. Berdasarkan fenomena tersebut, artikel ini mengidentifikasi bahwa Teras Dakwah mempunyai strategi perekrutan jamaah yang cukup baik. Kemudian, TD mampu membaca fenomena keagamaan yang sedang terjadi di Indonesia, seperti fenomena persatuan umat yang akhir-akhir ini menjadi fokus perhatian di Indonesia. Kemudian juga fenomena kemunculan otoritas keagamaan baru yang belakangan menjadi kecenderungan pemuda Muslim untuk mengonsumsi pesan-pesan dakwahnya (Fealy & White, 2008; Hou, 2018; Kiptiyah & dkk., 2018; Watson, 2005; Weng, 2018).

Kajian-kajian tentang ekonomi Islam telah dilakukan Teras Dakwah melalui program *Tabligh* Akbar yaitu, Generasi Muda Pejuang Ekonomi Umat. Kajian ini membahas tentang bagaimana peran pemuda dalam menumbuh kembangkan ekonomi Islam di Indonesia. Kajian ini dibahas oleh pengusaha yang bergerak dalam bidang ekonomi Islam. Artikel ini mengidentifikasi bahwa Teras Dakwah dalam memilih kajian dakwahnya cenderung menangkap budaya keislaman yang sedang berkembang di masyarakat. Ini ditunjukkan melalui kajian ekonomi Islam.

Ekonomi Islam memang bukanlah fenomena baru. Ekonomi Islam telah ada sejak tahun 1990-an, ini ditunjukkan dengan kemunculan Bank Islam pertama di era Orde Baru, yaitu Bank Muamalah (Juoro dalam Fealy & White, 2008). Namun, wacana ekonomi Islam mulai populer di masyarakat Indonesia sejak beberapa dekade terakhir, tepatnya bersamaan dengan munculnya muslim kelas menengah atas dan wacana komodifikasi Islam. Kemunculan muslim kelas menengah atas akibat dari modernisasi dan globalisasi (Fealy & White, 2008). Pada era itu,

teknologi berkembang pesat sehingga berdampak pada kondisi pasar yang semakin dituntut untuk menghadirkan produk-produk kreatif. Muslim Indonesia adalah salah satu aktor yang bermain dalam pasar itu, sehingga mereka mulai menawarkan berbagai macam produk dengan membawa identitas Islam, seperti pakaian syar'i, pengobatan syar'i, obat-obatan herbal, dakwah *online*, dan lainnya.

Penggunaan identitas Islam dalam berbagai macam produk tersebut merupakan strategi produsen muslim untuk menarik konsumen muslim di tengah arus globalisasi. Fenomena ini juga didukung oleh wacana anti Barat dan maraknya ideologi kesalafi-salafian (Haenni dalam Pink, 2009), sehingga muslim kelas menengah atas di Indonesia mulai mengonsumsi produk-produk Islam. Dengan mengonsumsi produk-produk Islam, mereka tidak hanya menunjukkan identitas kelas sosial mereka, tetapi juga menunjukkan identitas kesalehannya.

Belakangan wacana ekonomi Islam tidak hanya menyoal tentang pola konsumsi muslim kelas menengah atas dan aspek kesalehannya saja, tetapi juga sebagai bentuk aksi kemanusiaan dan dukungan politik. Ini ditunjukkan melalui munculnya toko 212 Mart. Swalayan ini didirikan oleh kelompok aksi massa 212 di Jakarta. Kelompok aksi massa 212 adalah kelompok muslim dari berbagai daerah yang berkumpul di Monumen Nasional (Monas) untuk menuntut tindakan penistaan agama yang dilakukan oleh Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahja Purnama (Ahok). Mereka tidak hanya menuntut tindakan Ahok, tetapi juga menyuarakan dukungan politis terhadap calon gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan yang saat itu sebagai lawan Ahok dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta pada 2017 (Hadiz, 2017). Pascaaksi tersebut, beberapa alumni aksi 212 menghimpun dana untuk mendirikan 212 Mart. 212 Mart merupakan gerakan kebangkitan umat yang dipicu oleh perjuangan pada 2 Desember 2016 untuk meneruskan perjuangan umat di bidang ekonomi. Mereka tidak hanya menjual produk, tetapi juga melakukan aksi sosial kemanusiaan yang diperoleh melalui keuntungan penjualan ([www.koperasisyariah212.co.id](http://www.koperasisyariah212.co.id)).

Selain kajian ekonomi Islam, Teras Dakwah juga melakukan kajian-kajian tentang *Parenting*. Kajian tentang *Parenting* yang telah dilakukan oleh Teras Dakwah melalui program

*Tabligh* Akbar yaitu, Negeri Tanpa Ayah, Mendidik Generasi Terbaik, dan lainnya. Kajian-kajian ini dibahas oleh para konselor nasional dan pakar *parenting nabawiyah*. Sementara itu, kajian tentang gerakan Islam yang dilakukan oleh Teras Dakwah melalui program *Tabligh* Akbar, yaitu Derita Tanpa Jeda (7 Tahun Suriah), Menembus Batas Bersama Ulama Rohingnya, Palestine Emang Gue Pikirin, dan lainnya. Kajian-kajian ini membahas tentang fenomena kemanusiaan yang terjadi di Suriah, Myanmar, Palestina, dan lainnya. Kajian-kajian ini dibahas oleh otoritas keagamaan dari negara tersebut dan beberapa relawan.

*Keempat*, program dakwah *Ngaji Amida*. *Ngaji Amida* adalah program yang dibuat oleh kemuslimahan Teras Dakwah. Amida (Akhwat dan Ummi Muda) merupakan bagian kemuslimahan Teras Dakwah yang mengkoordinasi aktivitas dakwah kalangan Muslimah. *Ngaji Amida* dilakukan secara rutin pada setiap hari Jumat sore. Seperti halnya *Ngaji Teras*, *Ngaji Amida* juga membahas berbagai macam kajian keagamaan populer seperti, Fiqih ibadah, *Parenting*, Politik, Percintaan, Ekonomi, dan Kemuslimahan.

Kajian tentang fiqh ibadah yang telah dilakukan oleh Amida misalnya Tak Sekedar Berdiam Diri. Kajian ini membahas tentang bagaimana cara beribadah yang benar. Kemudian, kajian tentang *Berjamaah itu Cantik, Aku Nyaman Bagimu, Udah Taat Aja, Memahami Kenabian dan Risalah, Jangan Ada Dzalim Di antara Kita, Bersujudlah, Yang Sederhana Tapi Berpahala, Memahami Tauhid, Kalo Beramal Jangan Asal, Munafik Tanpa Sadar, Kebaikan Akhlak*, dan lainnya. Kajian-kajian ibadah ini dibahas oleh otoritas keagamaan seperti Ustaz dan Ustazah. Di samping itu, kajian tentang ibadah merupakan kajian yang cukup masif dilakukan oleh Amida.

Kajian-kajian tentang *Parenting* yang telah dilakukan oleh Amida yaitu, *Emak Berkualitas Anak Berkelas, Aku Ingin Seperti Fulanah (Parenting itu penting), Agar Anaka Nyaman di Gendongan, Mendidik Anak di Akhir Zaman* dan lainnya. Kajian-kajian ini tidak dibahas oleh otoritas keagamaan seperti, Ustaz dan Ustazah, tetapi dibahas oleh para pakar *parenting* dan kesehatan.

Kajian-kajian tentang percintaan yang telah dilakukan oleh Amida di antaranya *Ketika Aku Menikah, Cantikmu Untuk Siapa?, Memaknai*

*Hakikat Cinta, Hai Orang Beriman Menikahlah*, dan lainnya. Berbeda dengan kajian percintaan dalam program *Ngaji Teras*, kajian percintaan dalam program *Ngaji Amida* dibahas oleh otoritas keagamaan wanita atau Ustazah.

Kajian-kajian tentang ekonomi yang telah dilakukan oleh Amida, yaitu *Senyum dan Tangis Membangun Bisnis*. Kajian ini tidak dibahas oleh otoritas keagamaan, tetapi oleh *owner* bisnis tertentu. Kemudian, kajian ekonomi lain yaitu *Bisnis Berkah Sambil Dakwah*. Terakhir, kajian-kajian tentang kemuslimahan yang telah dilakukan oleh Amida yaitu, *Meneladani Ummahatul Mukminin, Hey Muslimah Jangan Menyerah, dan Semua Tentang Wanita*.

Berdasarkan program-program dakwah yang dilakukan oleh Lembaga Sosial Teras Dakwah, artikel ini menunjukkan bahwa Teras Dakwah menampilkan bentuk-bentuk kesalehan populer. Kesalehan populer adalah kesalehan yang banyak dipraktikkan oleh pemuda muslim di Indonesia, seperti kemunculan *hijabers community* (Beta, 2014), dakwah *online* (Nisa, 2018), *One Day One Juz* (Muslim, 2017), bahasa gaul (Han dalam (Sunarwoto (ed.), 2018), fatwa *online* (Hosen dalam (Fealy & White, 2008), dan lainnya. Di samping itu, artikel ini menunjukkan bahwa pengurus Teras Dakwah telah memodifikasi dan menggunakan istilah bahasa populer dalam program-program dakwahnya (Smith-Hefner, 2007). Bahasa-bahasa populer yang digunakan dalam program-program dakwah TD cenderung mengarah pada narasi sederhana ikonik. Muhammad Ibtissam Han dalam (Sunarwoto (ed.), 2018) menyebut istilah narasi sederhana ikonik sebagai narasi yang menyiratkan simbol tertentu dan mudah dipahami oleh masyarakat serta sesuai dengan aspirasi masyarakat tersebut.

### **Teras Dakwah dan Pengembangan Kelembagaannya**

Sebagai Lembaga Sosial, Teras Dakwah tentunya selalu melakukan pengembangan kelembagaan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam mengelola aktivitas sosial dan keagamaan. Di samping itu, secara umum tujuan utama dari lembaga sosial adalah memenuhi apa yang menjadi kebutuhan masyarakat (Koentjaraningrat, 1964), melakukan pengendalian sosial (Gunawan, 2000), dan menjaga keutuhan masyarakat (Soekanto & Sulistyowati, 2006).

Artikel ini menunjukkan bahwa Teras Dakwah melakukan dua model pengembangan kelembagaan. *Pertama*, pengembangan internal kelembagaan. Pengembangan internal dilakukan dengan mengadakan rekrutmen terbuka untuk para relawan Teras Dakwah. Rekrutmen dilakukan untuk memberikan kesempatan bagi muslim di Yogyakarta dalam menyebarkan dakwah kreatif, kesempatan memperoleh ilmu, teman-teman yang saleh, dan peluang pahala. Proses rekrutmen dilakukan secara terbuka melalui poster yang diunggah di akun media sosial Teras Dakwah. Di samping itu, rekrutmen ini tidak dibatasi dalam jumlah tertentu, tetapi menuntut mereka untuk mempunyai semangat dakwah yang tinggi, berjiwa muda, dan bersedia untuk menyumbangkan ilmu dan tenaga.

Terkait dengan rekrutmen terbuka tersebut, artikel ini menemukan fenomena menarik di dalam ruang komentar akun Instagram Teras Dakwah. Beberapa *follower* yang mengomentari unggahan poster rekrutmen Teras Dakwah tidak hanya mereka yang tinggal di Yogyakarta, tetapi juga di luar Yogyakarta. Mereka menyampaikan rasa ingin terlibat dalam aktivitas dakwah TD, walaupun berada dalam ruang dan waktu yang berbeda. Fenomena ini menunjukkan kekuatan media baru yang mampu mendelokalisasikan pesan dari satu tempat ke tempat lain dengan fasilitas internet. Berkat kekuatan media itu, program-program dakwah populer TD tidak hanya terbatas di Yogyakarta, tetapi juga di luar Yogyakarta. Dalam konteks ini, TD tidak hanya menciptakan kesalehan lokal, tetapi juga kesalehan translokal. Setelah proses rekrutmen, Teras Dakwah melakukan kopdar (pertemuan disuatu tempat yang telah disepakati sebelumnya). Kopdar ini dilakukan sebagai sarana perkenalan antarrelawan baru, mengetahui konsep dakwah populer TD, dan menguatkan hubungan kekeluargaan di antara mereka. Selain itu, upaya lain untuk menumbuhkan rasa kebersamaan di antara relawan Teras Dakwah yaitu melalui program *rihlah* (jalan-jalan). Biasanya Teras Dakwah melakukan program *rihlah* dengan kegiatan mendaki gunung bersama.

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, Teras Dakwah mencerminkan fenomena otoritas keagamaan baru. Oleh karena itu, mereka tidak hanya menciptakan kesalehan orang lain, tetapi juga bagaimana menciptakan kesalehan untuk diri mereka sendiri. Program yang dilakukan Teras Dakwah untuk menyalihkan anggotanya adalah melalui program *one day one juz*. *One day*

*one juz* dilakukan oleh pengurus dan relawan TD melalui duduk melingkar disertai membacakan ayat-ayat al-Qur'an secara bergantian. Namun, program ini tidak selalu diikuti oleh relawan-relawan Teras Dakwah. Fenomena ini memperkuat pendapat (Schielke, 2009, 2010) bahwa praktik kesalehan selalu mengalami ambiguitas dan negosiasi dalam praktiknya.

*Kedua*, pengembangan eksternal kelembagaan. Teras Dakwah sebagai lembaga sosial dan keagamaan tidak hanya fokus pada aktivitas keagamaan saja, tetapi juga terlibat dalam aksi-aksi kemanusiaan. Aksi-aksi kemanusiaan itu dilakukan melalui berbagai program sosial yang berdampak langsung bagi masyarakat. Program aksi kemanusiaan yang telah dilakukan oleh Teras Dakwah misalnya melakukan program penghapusan tato untuk masyarakat. Secara material, program hapus tato diberikan secara gratis kepada masyarakat. Namun, secara imaterial, Teras Dakwah memberikan syarat tertentu bagi masyarakat yang ingin mengikuti program ini seperti, menghafal surah ar-Rahman. Syarat ini dilakukan untuk memastikan bahwa mereka yang mengikuti program ini merupakan orang-orang yang serius dalam melakukan hijrah.

Selain itu, aksi kemanusiaan yang dilakukan oleh Teras Dakwah adalah memberikan santunan bagi para kaum *dhuafa*, janda, dan lansia. Program ini rutin dilakukan setiap bulan. Teras Dakwah juga mempunyai desa binaan di Kulon Progo, Yogyakarta. Mereka secara rutin melakukan penguatan keagamaan kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan, seperti melakukan pengajian, memberikan bantuan langsung tunai, menyantuni guru-guru Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA), dan lainnya. Selain itu, melalui program *Amida Care and Share*, kemuslimahan Teras Dakwah membagikan jilbab dan mukena kepada masyarakat di Kulon Progo. Kemudian, setiap hari raya Idul Adha, Teras Dakwah memberikan hewan kurban untuk disembelih di desa-desa tertinggal. Kegiatan-kegiatan ini dilakukan untuk menguatkan keagamaan mereka melalui bantuan ekonomi mandiri.

Aksi kemanusiaan yang dilakukan oleh Teras Dakwah tidak hanya dalam konteks lokal seperti, Yogyakarta. Dalam konteks nasional, Teras Dakwah juga terlibat dalam aksi kemanusiaan lainnya, seperti aksi pengumpulan dana untuk Muslim di Palestina dan aksi sosial di Lombok. Artikel ini menunjukkan bagaimana

Teras Dakwah menciptakan ruang kesalehan di wilayah korban gempa bumi yang terjadi di Lombok. Di tengah korban gempa bumi, Teras Dakwah tidak hanya memberikan bantuan keperluan jasmaniah, tetapi juga memberikan penguatan spiritual pascaterjadinya gempa bumi yang menimpa warga Lombok. Penguatan spiritual yang dilakukan oleh Teras Dakwah yaitu dengan mendirikan Mushola Teras Dakwah dan melakukan pengajian-pengajian keagamaan.

### Kesimpulan

Gerakan sosial keagamaan Teras Dakwah (TD) telah mengindikasikan perbedaan signifikan antara praktik keagamaan otoritas keagamaan lama dengan otoritas keagamaan baru. Melalui program dakwah populer dan aksi kemanusiaan, TD telah berhasil menyebarkan gagasan tentang muslim yang saleh dan modern. Selain itu, TD sebagai gerakan dakwah populer fokus terhadap aspek sosiokultural Islamis masyarakat, terutama dalam menciptakan ruang kesalehan dan hijrah. Melalui lensa para penghijrah di Teras Dakwah, artikel ini menyimpulkan bahwa proses menuju kesalehan dan hijrah tidak berlangsung secara stabil dan linear, tetapi ada negosiasi dan ambiguitas, bahkan mengontestasikan spirit identitas keagamaan mereka dengan berbagai aspek, seperti lingkungan sosial, budaya, dan psikologis. Kemudian, Otoritas Teras Dakwah semakin menguat karena program dakwah yang ditampilkan dikemas dengan sentuhan budaya populer, serta memperhatikan profesionalitas bidang keahlian otoritas yang mengisi kajian keagamaan. Semua program dakwah populer yang dilakukan oleh Teras Dakwah adalah bentuk kontestasi terhadap praktik keagamaan otoritas keagamaan lama.

### Daftar Pustaka

- Afroni, S.A. (2016). Makna Ghuluw dalam Islam: Benih Ekstremisme Beragama. *Jurnal Wawasan*, 1, 70–85.
- Anwar, D.F. (1984, April). Ka'bah dan Garuda: Dilema Islam di Indonesia. *Prisma*, No.4/XII.
- Azra, A. (2002). *Globalisation of Indonesian Muslim Discourse: Contemporary Religio-Intellectual Connections Between Indonesia and the Middle East*, In Meuleman, (J. Islam in the Era of Globalization: Muslim Attitudes towards Modernity and Identity). London and New York: Routledge Curzon.
- Bahasoan, A. (1985). The Islamic Reform Movement: an Interpretation and Criticism. *Prisma: The Indonesian Indicator*, 35, 131–160.
- Bajasut, S. (1972). *Alam Fikiran dan Djebak Perjuangan Prawoto Mangkusasmito*. Surabaya: Documenta.
- Beta, A.R. (2014). Hijabers: How young urban muslim women redefine themselves in Indonesia. *International Communication Gazette*, 76(4–5), 377–389. <https://doi.org/10.1177/174804851524103>
- Boland, B.B. (1985). *Pergumulan Islam di Indonesia*. Jakarta: Grafiti Press.
- CSIS. (1980). *Dokumentasi Kliping tentang NKK Reaksi dan Tanggapan*. Jakarta: CSIS.
- Dimiyati, N.S. (2009). *Komunitas Kafe Sebagai Gaya Hidup (Studi Tentang Motif Mahasiswa dan Kontruksi Kuliner Kafe di Yogyakarta)*. Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Fealy, G. (2009). *Ijtihad Politik Ulama: Sejarah NU 1952-1967* (terj. Farid Wajidi dan Mulni Adelina Bachtiar). Yogyakarta: LKiS.
- Fealy, G., & White, S. (Ed.). (2008). *Expressing Islam: religious life and politics in Indonesia*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Gaffar, A. (1993). *Islam dan Politik dalam Era Orde Baru*.
- Gunawan, A.H. (2000). *Sosiologi Pendidikan Suatu Analisis Sosiologi tentang Pelbagai Problem Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hadiz, V.R. (2017). Indonesia's Year of Democratic Setbacks: Towards a New Phase of Deepening Illiberalism? *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 53(3), 261–278. <https://doi.org/10.1080/00074918.2017.1410311>
- Hatina, M. (2010). *"Ulama", Politics, and the Public Sphere: an Egyptian Perspective*. Salt Lake City: University of Utah Press.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal Thaqaifiyyat*, 13(1).

- Hisyam, M. (2003). *Krisis Masa Kini dan Orde Baru* (Peny). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Hou, M. (2018). Social Media Celebrity and the Institutionalization of YouTube. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. <https://doi.org/10.1177/1354856517750368>
- Jones, S.R. (1980). "It Can't Happen Here": A Post-Khomeini Look at Indonesia Islam. *Asian Survey*, 20(3), 311–323. <https://doi.org/10.2307/2643747>
- Kailani, N. (2012). Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia. *RIMA: Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, 46(1), 33–53.
- Koentjaraningrat. (1964). *Pengantar Antropologi*. Jakarta: Penerbit Universitas.
- Koperasi Syariah 212. Tersedia dalam: [www.koperasisyariah212.co.id](http://www.koperasisyariah212.co.id).
- Kusasi, R. (2010). *Globucksisasi: Meracik Globalisasi melalui Secangkir Kopi*. Depok: Kepik Ungu.
- Madjid, N. (1987). *Islam Kemodrenan dan Keindonesiaan*. Bandung: Mizan.
- Medlik, S. (1996). *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*. UK: Butterworth-Heinemann.
- Muslim, A. (2017). Digital Religion and Religious Life in Southeast Asia: The One Day One Juz (ODOJ) Community in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia*, 4(1–2), 33–51. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340067>
- Nakamura, M. (1980). *The Crescent Arises over The Banyan Tree*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nisa, E.F. (2018). Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia*, 5(1–2), 68–99. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340085>
- Noer, D. (1988). Islam dan Politik: Mayoritas atau Minoritas? *Prisma* No. 5/1988.
- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and other Hangouts at The Heart of a Community*. London: Da Capo Press.
- Palupi, N. (2016). *Dekonstruksi Coffee Shop*. Program Pascasarjana Universitas Udayana, Denpasar.
- Philipus, & Aini, N. (2004). *Sosiologi dan Politik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pink, J. (Ed.). (2009). *Muslim societies in the age of mass consumption: politics, culture and identity between the local and the global*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars.
- Rasyidi, H. (1972). *Koreksi Terhadap Drs. Nurcholis Madjid Tentang Sekularisasi*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Rosyad, R. (2006). *A Quest for True Islam: A Study of The Islamic Resurgence Movement Among The Youth in Bandung, Indonesia*. Canberra: ANU E Press.
- Sakai, M., & Fauzia, A. (2014). Islamic Orientations in contemporary Indonesia: Islamism on the Rise? *Asian Ethnicity*, 15(1), 41–61. <https://doi.org/10.1080/14631369.2013.784513>
- Salendra, S. (2014). Coffee Shop As a Media for Self-Actualization Today's Youth. *Jurnal The Messenger*, 6 (2), 49. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v6i2.192>
- Samson, A. (1972). *Islam and Politics In Indonesia*. University of California, Berkeley.
- Schielke, S. (2009). Being good in Ramadan: ambivalence, fragmentation, and the moral self in the lives of young Egyptians. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 15, S24–S40. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9655.2009.01540.x>
- Schielke, S. (2010). 'Second thoughts about the anthropology of Islam, or how to make sense of grand schemes in everydaylife.' *ZMO Working paper*, 2, 1–16.
- Smith-Hefner, N.J. (2007). Youth Language, Gaul Sociability, and the New Indonesian Middle Class. *Journal of Linguistic Anthropology*, 17(2), 184–203. <https://doi.org/10.1525/jlin.2007.17.2.184>
- Soekanto, S., & Sulistyowati, B. (2006). *Sosiologi Pengantar*. Jakarta: CV. Rajawali.

- Suminto, H.A. (1985). *Politik Islam Pemerintah Hindia Belanda*. Jakarta: LP3ES.
- Sunarwoto (ed.). (2018). *Islam: Antara Teks, Kuasa dan Identitas*. Yogyakarta: CV. Arti Bumi Intaran.
- Van Bruinessen, M. (2002). Genealogies of Islamic Radicalism in Post-Suharto Indonesia. *South East Asia Research*, 10(2), 117–154. <https://doi.org/10.5367/000000002101297035>
- Ward, K. (1970). *The Foundation of the Partai Muslimin Indonesia*. Ithaca: Cornell Modern Indonesia Project.
- Watson, C.W. (2005). A Popular Indonesian Preacher: The Significance of Aa Gymnastiar. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 11, 773–792. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9655.2005.00261.x>
- Watt, W.M. (1974). *Muhammad Prophet and Statesman*. Oxford et al: Oxford University Press.
- Weng, H.W. (2018). The Art of *Dakwah* : social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siau. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 61–79. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>
- Wimmer, R., & Dominick, J. (2014). *Mass Media Research an Introduction*. Wadsworth: Cengage Learning.
- Zainuddin, A.R., & Hamdan, B. M. (2000). *Syi'ah dan Politik di Indonesia*. Bandung: Mizan.