

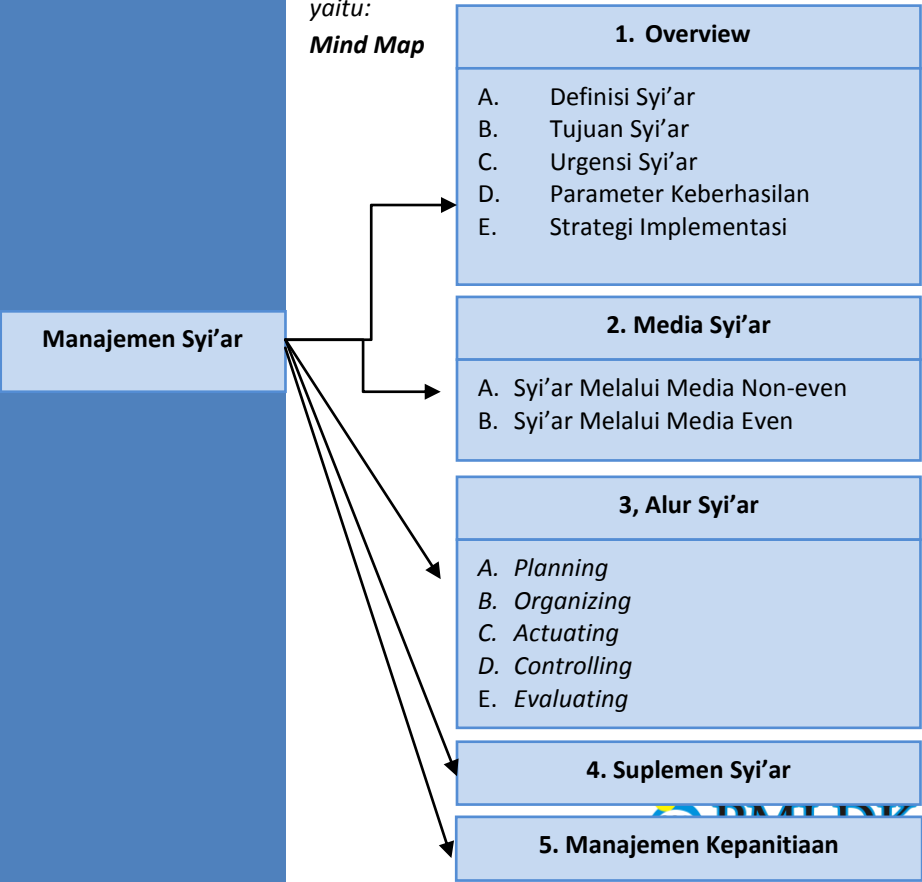
BAB VI

MANAJEMEN SYI'AR

Abstraksi

Syi'ar merupakan salah satu ujung tombak dalam dakwah kampus. Untuk menjalankan syi'ar yang baik diperlukan pengetahuan dasar tentang syi'ar, sarana-sarana yang dapat dimanfaatkan untuk syi'ar, dan cara menangani syi'ar agar tepat sasaran. Untuk itu bab tentang manajemen syi'ar ini dilengkapi dengan overview syi'ar yang memberikan pengetahuan dasar tentang syi'ar, media yang dapat dimanfaatkan untuk syi'ar sampai kegiatan konkretnya, alur/tahapan penting syi'ar yang meliputi planning, organizing, actuating, controlling, dan evaluating. Untuk lebih lengkapnya maka akan diberikan flow chart isi bab ini, yaitu:

Mind Map



Taujih Rabbani

“Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal shaleh dan berkata, ‘sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang berserah diri’.”
(QS. Fushshilat : 33)

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan cara yang hikmah dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih Mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”
(QS. An-Nahl : 125)

Analisis Kebutuhan Lembaga Dakwah Kampus

	Pra-Mula	Mula	Madya	Mandiri
Syi'ar	Syi'ar Islam dengan cara dakwah kultural dan fardiyah. Cara ini dinilai paling efektif menimbang lembaga dakwah formal belum terbentuk. Membentuk para kader yang bisa menjadi teladan di kampus.	Syi'ar Islam sudah lebih termanajemen dengan baik. <i>Syi'ar Dakwiy</i> dengan cara yang sederhana (padat karya) dan <i>Syi'ar Khidamy</i> bersifat pelayanan ritual ibadah.	Adanya pembinaan massa yang kontinu. Syi'ar sudah memiliki alur dan tujuan yang strategis. Pelayanan yang bersifat muamalah akan masa kampus mulai berkembang.	Menjadi <i>opinion leader</i> di kampus.
Media	Media syi'ar sederhana (buletin,kertas taushiyah).	Adanya media yang menunjukkan simbol atau identitas Islam yang diwakili oleh LDK (spanduk, baligho).	Penggunaan media elektronik sudah ada (web dan blog). Media yang digunakan bervariasi dan terencana dengan baik.	Penguatan jaringan media. Penggunaan multimedia dalam syi'ar.

MANAJEMEN SYI'AR

I. OVERVIEW

A. Definisi Syi'ar

Syi'ar dalam bahasa sederhana dapat diartikan mengajak, menyeru, atau mempengaruhi pada sesuatu. Dari pengertian tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa syi'ar Islam kampus bermakna mengajak, menyeru, atau mempengaruhi orang lain kepada jalan Islam dalam ruang lingkup kampus khususnya.

B. Tujuan Syi'ar

Tujuan umum syi'ar:

1. Tegaknya kalimat Allah di lingkungan kampus sehingga tidak ada lagi fitnah dan *dien* seluruhnya hanyalah bagi Allah.
2. Terbentuk masyarakat kampus bercirikan intelektualitas dan profesionalitas menuju kebangkitan Islam.

Tujuan khusus syi'ar:

1. Menjadikan LDK sebagai *leader opinion* (berpengaruh) di kampus.
2. Meningkatkan aktivitas pelayanan dan penyadaran bagi masyarakat kampus.
3. Terciptanya citra positif LDK yang mengakar di kalangan kampus.
4. Menjadikan kampus sebagai pendukung/basis dakwah Islam.
5. Terjalinnnya ukhuwah islamiyah di lingkungan kampus menuju kesatuan umat.

C. Urgensi

Karena syi'ar merupakan salah satu sarana dakwah yang sangat efektif maka keberlangsungan pelaksanaannya sangatlah penting. Urgensi syi'ar tersebut di antaranya:

INTERMEZO

Urgensi Syi'ar Islam Kampus:
Syi'ar ke dosen? Urgen kah?

Seringkali kita lupa melibatkan dosen dalam aktivitas syi'ar kita, padahal syi'ar ke dosen tidak kalah pentingnya dengan syi'ar ke mahasiswa, bahkan kadang lebih penting. Terutama jika terdapat *konstansi demografi* (penurunan jumlah) dosen muslim dalam kampus tersebut –yang kadang tidak disadari.

Masalahnya seringkali kita sulit menemukan media yang tepat untuk melakukan syi'ar ke dosen. Salah satu penyebabnya misalnya karena syi'ar ke mahasiswa berbeda dengan saat kita melakukan syi'ar ke dosen. Mahasiswa bisa kita beri taushiyah, sementara dosen?

Satu hal yang menarik untuk dicoba yang sering tak terpikirkan oleh kita, mengajak dosen sebagai subjek syi'ar kita, bukan sebagai objek dakwah kita.

Ya, dosen sebagai subjek syi'ar, sebagai pengisi acara. Tugas kita menyiapkan materi yang sesuai dengan kompetensi dosen tersebut dengan tetap mengaitkan pada dunia Islam. Secara tidak langsung dosen tersebut akan menyiapkan materi sembari mempelajarinya. Nah, di situlah letak syi'ar untuk ke dosennya.

Masih ingin mengundang pengisi terkenal dari luar kampus? Jangan lupakan dosen...

INTERMEZO

Strategi Implementasi:
Empat pilar syi'ar Gamais ITB

Setiap kali kegiatan syi'ar dan pelayanan akan dilaksanakan oleh Gamais, ada 4 hal yang senantiasa menjadi perhatian, garis besar keberjalanan, sekaligus parameter utama keberhasilannya:

1. Keterlibatan Massa

Sudah menjadi kepastian apresiasi dan keterlibatan massa yang besar menjadi salah satu harapan utama dilaksanakannya suatu kegiatan, tak terkecuali kegiatan syi'ar. Keterlibatan massa yang dimaksud terdiri dari keterlibatan (1) objek syi'ar, (2) subjek/pelaku syi'ar, dan (3) link/jaringan pendukung kegiatan syi'ar.

2. Ketersampaian Nilai

Sekalipun massa yang terlibat berjubel banyaknya, semua seolah akan percuma saja manakala tak ada nilai-nilai Islam dan kebaikan yang tersampaikan. Perlu ada semacam *feed back* dalam bentuk kuesioner misalnya untuk memastikan ketersampaiannya.

3. Dana yang sehat

Poin ini seringkali kurang begitu diperhatikan, padahal keberlangsungan suatu kegiatan syi'ar sebagian besar disokong oleh ketersediaan Dana.

4. Dokumentasi

Poin yang seolah tak begitu penting, namun sebenarnya ketika kita mendokumentasikan sesuatu pada dasarnya kita tengah menorehkan tinta sejarah untuk masa yang akan datang. Ia bisa berfungsi sebagai album kenangan sekaligus buku pelajaran. Kegiatan besar tanpa dokumentasi bahkan bisa jadi lebih buruk ketimbang kegiatan sederhana dengan dokumentasi yang baik.

1. Kampus adalah tempat yang bebas dan merupakan salah satu sarana yang sangat efektif untuk penyebaran berbagai ideologi dari banyak kelompok (akibat banyaknya kepentingan) sehingga peran syi'ar Islam sangat dibutuhkan untuk meng-cover "syi'ar-syi'ar" dari kelompok lain.
2. Masyarakat kampus yang merupakan tokoh intelektualitas muda bangsa yang nantinya akan menjadi pemimpin-pemimpin bangsa maka harus disirami dan dibekali dengan nilai-nilai Islam dengan harapan mereka dapat menjadi barikade pendukung dakwah.
3. Syi'ar Islam ini akan melindungi pemikiran dan akhlak mahasiswa dari penyelewengan. Diharapkan mahasiswa mampu melawan arus kerusakan di masyarakat.
4. Mahasiswa memiliki kesempatan besar untuk berinteraksi dengan generasi-generasi di atasnya seperti para dosen, pejabat universitas dan fakultas sehingga syi'ar Islam juga dapat diperluas kepada kalangan tersebut.

D. Parameter Keberhasilan

Syi'ar yang dilakukan baru dapat dikatakan benar-benar berhasil jika hasil akhir yang diperoleh sesuai dengan target awal pelaksanaan atau jika parameter yang telah ditetapkan dapat diraih, seperti:

1. Meningkatnya jumlah partisipan pada kegiatan-kegiatan syi'ar yang diadakan oleh LDK (baik objek syi'ar, subjek syi'ar, maupun jaringan pendukung).
2. Tersampainya nilai-nilai Islam dengan tepat sasaran dan sesuai kebutuhan objek.
3. Pendanaan kegiatan syi'ar yang sehat dan tidak defisit.
4. Terbentuknya citra positif yang mengakar terhadap LDK di kampus.
5. Terdokumentasikan .

6. LDK diakui oleh masyarakat kampus secara *de facto* dan *de yure* sebagai satu-satunya lembaga dakwah tingkat kampus.

E. Strategi Implementasi

Masyarakat kampus sangat berbeda dengan yang lain dalam hal kecepatan bergerak dan interaksinya dengan kondisi yang ada, baik di kampus, di masyarakat, dan di negara. Hal tersebut membuat para da'i harus jeli dan bekerja lebih cerdas dalam menanggapi situasi ini. Agar pelaksanaan syi'ar dapat tercapai sesuai dengan harapan, maka sebelumnya harus dipikirkan terlebih dahulu strategi yang tepat sesuai lingkungan yang akan digarap, dalam hal ini adalah lingkungan kampus. Strategi yang dapat diimplementasikan di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Mengangkat tema-tema aktual, sesuai kebutuhan masyarakat kampus dan tetap terarah dalam penyampaian *syumuliyatul Islam*. Misalnya di kampus sedang beredar tentang suatu isu atau kasus maka kita mengangkatnya dalam bungkusan islami (dari sudut pandang Islam) atau kita mengangkat permasalahan global umat, dll.
2. Melakukan gerakan penyadaran keislaman secara kontinu, misalnya ada *flow* syi'ar untuk meng-goal-kan suatu tema besar di kampus tersebut dan dalam pelaksanaannya dapat dilakukan dengan berbagai rangkaian kegiatan syi'ar yang beragam.
3. Bersinergi dan bekerjasama seoptimal mungkin dengan berbagai lembaga dan elemen luar dan dalam kampus baik formal maupun non-formal, misalnya BEM, unit kegiatan lain, masjid kampus, alumni dll. Ada 6 hal minimal yang harus disinergikan dan bekerja sama.
 - Ide: memastikan jangan sampai terdapat kegiatan/materi media dengan konsep yang serupa misalnya.
 - Waktu: waktu pelaksanaan kegiatan harus disinergikan jangan sampai ada yang bertabrakan dengan agenda internal LDK maupun eksternal, terlebih dengan kegiatan lain yang bisa membuat terjadinya "perebutan massa".
 - Tempat: tempat pelaksanaan diikhtiarkan sekondusif mungkin dan tidak mengganggu kegiatan di sekitar tempat tersebut.
 - Dana: sinergi dalam bentuk dana bisa berupa hibah atau kerjasama sponsorship.
 - Sumber daya manusia (SDM): pembagian SDM (dalam hal ini panitia kegiatan) harus dilakukan dengan mempertimbangkan kegiatan lain yang membutuhkan partisipasi SDM tersebut.
 - Media publikasi: pemasangan media publikasi juga harus mempertimbangkan media publikasi kegiatan lainnya.

MANAJEMEN SYI'AR

4. Memperbanyak input dengan memperbanyak berinteraksi dengan objek dakwah, memperbanyak referensi, dan berkonsultasi dengan banyak pihak (pembina, alumni, dll.).
5. Memanfaatkan media dan sarana informasi seefektif mungkin.
6. Melakukan aktivitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan problematika masyarakat kampus dalam rangka menumbuhkan simpati terhadap Islam.
7. Sinergiskan kegiatan sektor syi'ar untuk setiap departemen/divisi di LDK termasuk dengan LD Fakultas/Program Studi baik konsep maupun teknisnya agar tidak terjadi *over lapping* dan bentrok waktu antar satu kegiatan dengan kegiatan lainnya.
8. Mengembangkan inovasi dan kreatifitas dalam merancang produk-produk syi'ar, tidak terpaku hanya pada format-format yang telah ada sehingga tidak menimbulkan rasa bosan dan monoton.
9. Mengaplikasikan konsep pemasaran terhadap produk-produk syi'ar melalui:
 - penentuan goal,
 - identifikasi objek,
 - identifikasi produk,
 - penentuan bentuk kemasan produk,
 - penentuan strategi promosi.

II. MEDIA SYI'AR

Untuk menyuarakan syi'ar Islam kepada masyarakat kampus, mutlak dibutuhkan media-media pendukung agar syi'ar yang ditebar dapat tersampaikan kepada objek dakwah. Media yang dapat digunakan sangat beragam, dalam hal ini media tersebut dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu syi'ar melalui media non-even dan dengan media even. Berikut akan dijabarkan dari masing-masing kelompok tersebut.

A. Syi'ar melalui media non-even

Media non-even untuk saat ini masih dipandang sebagai salah satu sarana yang sangat efektif dalam menyebarkan *nasrul fikroh* kepada objek dakwah. Dalam pemakaian dan pelaksanaannya pun media ini lebih praktis dan fleksibel serta lebih ekonomis. Keberadaan media ini sangat penting karena jangkauannya sangat luas, dapat dinikmati oleh siapapun.

Contoh-contoh media non-even yang dapat diaplikasikan di kampus dalam rangka mensyi'arkan Islam adalah sebagai berikut.

1. Media Cetak

Berikut akan diperlihatkan beberapa poin penting yang dapat menjadi kelebihan dari media cetak yang kita buat.

1. Dapat menyebarkan nilai-nilai baru dan pemikiran-pemikiran yang mulia dengan cepat dan mudah di tengah-tengah kehidupan mahasiswa dan masyarakat.
2. Mengangkat tingkat kecerdasan dan pengetahuan mahasiswa dan masyarakat.
3. Meng-*counter* opini negatif tentang Islam dengan menyajikan informasi yang sebenarnya dan layak diketahui oleh masyarakat terutama masyarakat kampus.
4. Memudahkan mahasiswa di setiap tempat untuk dapat mengetahui berita dan keadaan saudaranya di seluruh penjuru dunia.
5. Praktis.

Kekurangan:

1. Memakan dana yang cukup besar apalagi jika dicetak secara massal.
2. Perlu perhatian yang lebih pada proses distribusi.
3. Mudah dibuang, terutama yang berbentuk buletin.

Beberapa contoh produk dari media cetak:

1. Buletin berkala ataupun insidental

Buletin sangat efektif untuk menyampaikan beberapa informasi yang dianggap penting baik secara berkala ataupun insidental. Materi pada buletin berkala dapat diterbitkan dengan adanya sebuah *flow* materi dari awal hingga akhir, sesuai dengan target yang ingin dicapai, sedangkan buletin insidental biasanya diterbitkan untuk kondisi-kondisi tertentu seperti bulan Ramadhan, menjelang hari besar agama Islam, momen-momen yang biasa diperingati (hari lingkungan hidup, hari anti tembakau, hari anti AIDS sedunia, untuk meng-*counter* perayaan valentine day, dll.), menyajikan berita perang, musibah, bencana alam, dll.

Akan tetapi tidak menutup kemungkinan bagi buletin berkala untuk mengangkat hal-hal yang insidental. Penyikapan akan hal tersebut dapat dimasukkan ke dalam buletin berkala tanpa merusak *flow* materi yang telah dibangun sejak buletin tersebut pertama kali disebar. Hal ini tergantung kreativitas tim editor. Keuntungan lainnya adalah, buletin berkala tersebut tetap eksis dan semakin dipercaya karena menyajikan hal-hal yang aktual.

MANAJEMEN SYI'AR



Berikut adalah daftar hari yang bisa digunakan sebagai momen terbitnya sebuah bulletin.

INTERMEZO

Strategi Implementasi:

Positioning – Differentiating – Branding

Syi'ar itu marketing karena kita memasarkan sesuatu pada orang lain, yakni Islam. Maka, penting sekali kita mempelajari dan mengimplementasikan ilmu marketing dalam aktivitas Syi'ar yang kita lakukan. Salah satu yang cukup menarik ialah PDB-nya Pak Hermawan Kertajaya (Mark Co Plus). P untuk *Positioning*, D *Differentiating*, dan B *Branding*.

Sederhananya, ini adalah rumus yang digunakan untuk memastikan produk yang kita pasarkan (dalam hal ini kegiatan syi'ar) memiliki posisi yang jelas dalam kaca mata objek dakwah, berbeda dengan kegiatan-kegiatan lain, dan memiliki nama/brand yang menarik.

Contoh konkretnya misalnya adalah kegiatan A Day (Annissa Day) Gamais ITB. Acara ini didesain khusus untuk muslimah yang ingin memiliki *beatifull mind, body, and soul*. Di dalamnya berisi kegiatan yang berkaitan dengan bagaimana menjadi muslimah yang cantik, sehat, dan berhati bersih. Rumus PDB berlaku di sini. Mengingat belum ada acara serupa seperti ini di ITB, maka A Day memiliki *positioning* dan *differentiating* yang jelas menonjol. Ditambah *branding* "A Day" yang mudah dihafal dan spesifik. Maka tidak aneh kalau acara ini mendapat sambutan luar biasa dari massa kampus, bahkan luar kampus.

MANAJEMEN SYI'AR

Idul Adha
Tahun Baru Hijriyah
Maulid Nabi Muhammad SAW
ISRA MI'RAJ NABI MUHAMMAD SAW
Idul Fitri
Peringatan Intifadhah

Hari-hari lainnya:

Januari

1 Januari : Hari Perdamaian Dunia
1 Januari : Tahun Baru
3 Januari : Hari Departemen Agama
15 Januari : Hari Peristiwa Laut dan Samudera
25 Januari : Hari Gizi & Makanan
25 Januari : Hari Kusta Internasional

Februari

9 Februari : Hari Persatuan Wartawan Indonesia (PWI)
13 Februari : Hari Persatuan Farmasi Indonesia
14 Februari : Hari Peringatan Pembela Tanah Air (PETA)
22 Februari : Hari Istiqlal
28 Februari : Hari Gizi Nasional Indonesia

Maret

1 Maret : Hari Kehakiman Indonesia
1 Maret : Hari Peristiwa Serangan Umum di Yogyakarta
6 Maret : Hari KOSTRAD
8 Maret : Hari Wanita Internasional
9 Maret : Hari Musik Nasional
10 Maret : Hari Persatuan Artis Film Indonesia (PARFI)
18 Maret : Hari Arsitektur Indonesia
23 Maret : Hari Meteorologi Sedunia
24 Maret : Hari Peringatan Bandung Lautan Api
27 Maret : Hari Women International Club (WIC)
30 Maret : Hari Film Indonesia

April

1 April : Hari Bank Dunia
6 April : Hari Nelayan Indonesia
7 April : Hari Kesehatan Internasional
9 April : Hari Penerbangan Nasional



18 April : Hari Peringatan Konferensi Asia Afrika
19 April : Hari Pertahanan Sipil (HANSIP)
21 April : Hari Kartini
22 April : Hari Bumi
24 April : Hari Angkutan Nasional
24 April : Hari Solidaritas Asia-Afrika
27 April : Hari Permayarakatan Indonesia

Mei

1 Mei : Hari Peringatan Pembebasan Irian Barat
1 Mei : Hari Buruh Sedunia
2 Mei : Hari Pendidikan Nasional
3 Mei : Hari Surya
4 Mei : Hari Bangkit Pelajar Islam Indonesia
8 Mei : Hari Henry Dunant
5 Mei : Hari Lembaga Sosial Desa (LSD)
17 Mei : Hari Buku Nasional
19 Mei : Hari Korps Cacat Veteran Indonesia
20 Mei : Hari Kebangkitan Nasional
21 Mei : Hari Peringatan Reformasi
31 Mei : Hari anti tembakau internasional

Juni

1 Juni : Hari Lahir Pancasila
1 Juni : Hari Anak-anak Sedunia
3 Juni : Hari Pasar Modal Indonesia
5 Juni : Hari Lingkungan Hidup Sedunia
17 Juni : Hari Dermaga
22 Juni : Hari Ulang Tahun Kota Jakarta
24 Juni : Hari Bidan Indonesia
26 Juni : Hari Anti Narkoba Sedunia
29 Juni : Hari Keluarga Berencana Nasional

Juli

1 Juli : Hari Anak-anak Indonesia
5 Juli : Hari Bank Indonesia
9 Juli : Hari Satelit Palapa
12 Juli : Hari Koperasi
22 Juli : Hari Kejaksaaan

Agustus

8 Agustus : Hari Ulang Tahun ASEAN
10 Agustus : Hari Veteran Nasional
14 Agustus : Hari Pramuka



MANAJEMEN SYI'AR



- 17 Agustus : Hari Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia
- 18 Agustus : Hari Konstitusi Republik Indonesia
- 19 Agustus : Hari Departemen Luar Negeri Indonesia
- 21 Agustus : Hari Maritim Nasional
- 24 Agustus : Hari Televisi Republik Indonesia (TVRI)
- 30 Agustus : Hari Orang Hilang Sedunia

September

- 3 September : Hari Palang Merah Indonesia (PMI)
- 8 September : Hari Aksara
- 8 September : Hari Pamong Praja
- 9 September : Hari Olahraga Nasional
- 11 September : Hari Radio Republik Indonesia (RRI)
- 17 September : Hari Perhubungan Nasional
- 24 September : Hari Tani
- 26 September : Hari Statistik
- 27 September : Hari Pos Telekomunikasi Telegraf (PTT)
- 28 September : Hari Kereta Api
- 29 September : Hari Sarjana Indonesia
- 30 September : Hari Peringatan Pemberontakan G30S/PKI

Oktober

- 1 Oktober : Hari Kesaktian Pancasila
- 5 Oktober : Hari Tentara Nasional Indonesia (TNI)
- 9 Oktober : Hari Surat Menyurat Internasional
- 10 Oktober : Hari Kesehatan Jiwa
- 14 Oktober : Hari Pangan Sedunia
- 15 Oktober : Hari Hak Asasi Binatang
- 16 Oktober : Hari Parlemen Indonesia
- 24 Oktober : Hari Dokter Indonesia
- 24 Oktober : Hari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB)
- 27 Oktober : Hari Penerbangan Nasional
- 27 Oktober : Hari Listrik Nasional
- 28 Oktober : Hari Sumpah Pemuda
- 30 Oktober : Hari Keuangan

November

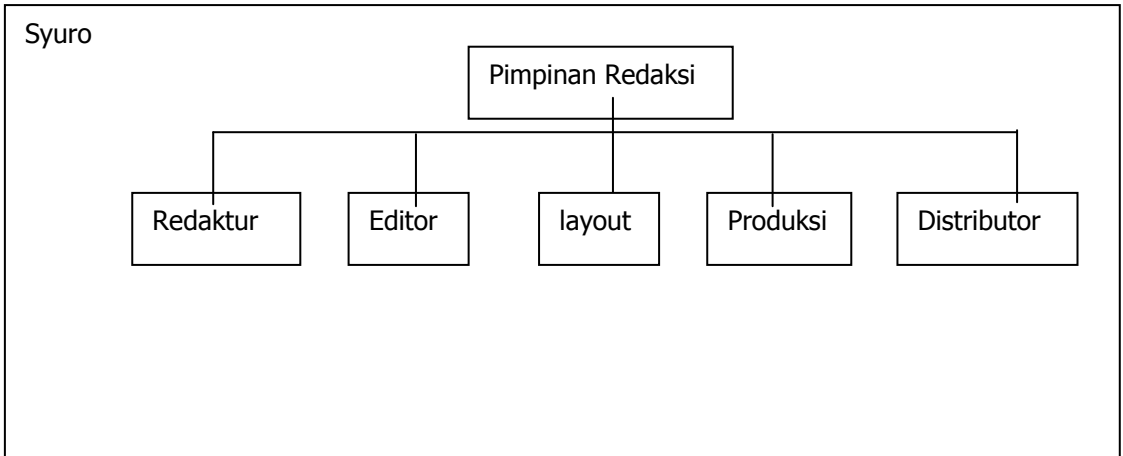
- 3 November : Hari Kerohanian

- 10 November : Hari Pahlawan
- 12 November : Hari Kesehatan Nasional
- 14 November : Hari Diabetes Sedunia
- 21 November : Hari Pohon
- 22 November : Hari Perhubungan Darat
- 25 November : Hari Guru

Desember

- 1 Desember : Hari AIDS Sedunia
- 3 Desember : Hari Internasional Penyandang Cacat
- 9 Desember : Hari Armada
- 10 Desember : Hari Hak Asasi Manusia
- 12 Desember : Hari Transmigrasi
- 19 Desember : Hari Bela Negara
- 22 Desember : Hari Ibu
- 22 Desember : Hari Ikatan Senat Mahasiswa Farmasi Seluruh Indonesia (ISMAFARSI)
- 22 Desember : Hari Sosial

Berikut adalah contoh bagan manajemen buletin yang bisa digunakan.



Penjelasan:

Pimpinan Redaksi

1. Selalu melakukan koordinasi ke setiap anggota, PJ, dan syuro.
2. Memimpin syuro.
3. Memastikan setiap anggota telah melaksanakan kewajibannya sesuai waktu yang ditentukan.
4. Selalu menjaga koordinasi dengan pihak luar.

Redaktur

1. Bertanggungjawab atas keberadaan artikel tiap rubrik.
2. Mengumpulkan artikel yang masuk.
3. Mempelajari setiap artikel yang masuk untuk dijelaskan ke syuro.
4. Menyerahkan artikel yang terpilih kepada editor.

Editor

1. Melakukan penyuntingan terhadap artikel yang terpilih.
2. Menyerahkan hasil suntingan kepada bagian layout.
3. Membantu PJ layout dalam menata letak artikel.

Layout

1. Membuat tampilan awal buletin (desain yang siap diisi tulisan).
2. Menentukan tata letak artikel dan atribut lain dalam bulletin.
3. Melakukan *print-out* buletin untuk meminta persetujuan syuro sebelum dicetak.
4. Menyerahkan *softcopy* buletin yang siap cetak ke bagian produksi.

PJ Produksi

1. Menyerahkan *softcopy* buletin kepada percetakan dan mengambil hasil cetakan
2. Melakukan koordinasi untuk proses pelipatan buletin (jika buletin tersebut disebar dalam bentuk lipatan).

Distributor

1. Bertanggungjawab atas tersebarnya buletin
 2. Menentukan sektor serta PJ distribusi untuk setiap sektor.
-
2. Tabloid/koran mahasiswa, ataupun majalah
Keuntungan dari produk ini adalah kemampuannya untuk menyajikan isi yang banyak dan beragam. Mulai dari pembahasan serius tentang posisi Indonesia dalam perpolitikan dunia sampai kepada info resensi film. Topik-topiknya juga bisa dikemas dengan gaya bahasa yang berbeda sehingga cakupan pembaca bisa lebih luas. Keuntungan lain yang membedakannya dengan buletin adalah kecenderungan orang untuk membuang atau meletakkan buletin secara sembarangan lebih besar daripada tabloid atau majalah. Hanya saja distribusi majalah tidak bisa seluas buletin dikarenakan ongkos produksi buletin jauh lebih kecil sehingga bisa dicetak dengan jumlah massal.
-
3. Mading
Mading juga merupakan salah satu media cetak untuk menyampaikan informasi. Dalam pembuatan mading, hal yang juga harus diperhatikan adalah dari segi penampilan mading tersebut, karena penampilan dapat mengundang pembaca untuk mendekatnya. Pada mading biasanya informasi yang disajikan berupa informasi-informasi penting yang langsung *to the point* karena tempatnya yang terbatas. Kekurangan mading adalah tidak bisa dibawa-bawa sehingga pembacanya pun jadi terbatas (hanya orang yang kebetulan melewatinya saja). Dalam peletakkannya pun mading harus diletakkan di tempat yang strategis agar diketahui oleh banyak orang, misalnya di dekat papan pengumuman, di musholla, di kantin-kantin, di daerah gedung kuliah, dll.
Pembuatan mading tidak harus selalu menggunakan bingkai kayu yang diberikan kaca sehingga tampak seperti etalase toko. Cukup dengan selambar karton berwarna ukuran besar, beberapa gambar dan artikel serta dicantumkan instansi pembuatnya, kita bisa membuat mading yang bagus bahkan imut.

4. Spanduk/Baligho dan instalasi

Spanduk dan baligho sangat berguna saat publikasi acara-acara skala besar ataupun untuk memberikan efek “wah” terhadap sebuah acara. Spanduk atau baligho bisa juga berisi pernyataan sikap LDK terhadap sesuatu, ataupun pemberian ucapan selamat, imbauan-imbauan, dll.

Contoh kalimat-kalimat yang bisa dipakai di spanduk atau baligho:

1. Gamais ITB menentang tindakan kekerasan dalam institusi pendidikan.
2. Dibenci Allah karena nyontek, Mau?
3. Gamais ITB mengucapkan selamat menempuh perkuliahan semester baru. Semoga Allah memberkahi kita dengan prestasi.
4. Gamais ITB mengucapkan selamat kepada mahasiswa Elektro angkatan 2005 yang telah berhasil dilantik menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Elektro ITB.
5. Gamais ITB menentang kunjungan Presiden George W. Bush ke Indonesia.
6. Gamais ITB mengucapkan selamat berjuang kepada tim bola basket ITB dalam kompetisi bola basket antar universitas.
7. Gamais ITB mengucapkan selamat atas keberhasilan tim KRCI elektro ITB meraih juara dua dalam Kontes Robot Cerdas Indonesia.

Instalasi berfungsi sebagai media publikasi sebuah acara. Biasanya pada instalasi berbentuk sebuah model 3D dari logo sebuah acara atau ikon acara tersebut dengan ukuran yang cukup besar dan diletakkan di tempat yang mudah terlihat. Kadang-kadang instalasi tidak mencantumkan informasi yang lengkap tentang sebuah acara, bahkan ada yang tidak sama sekali. Informasi acara hanya dicantumkan di baligho atau spanduk. Hal tersebut tergantung kebutuhan dan kondisi. Pada keadaan tertentu, instalasi bisa digunakan sebagai pengganti mading. Kita bisa membuat sebuah instalasi tiga dimensi kemudian kita berikan beberapa artikel dan foto-foto yang menarik dan kita letakkan di tempat yang strategis.

5. Poster, pamflet, leaflet

Biasanya poster, pamflet, dan leaflet digunakan sebagai media publikasi acara di samping spanduk dan baligho. Poster dan pamflet biasanya ditempel sedangkan leaflet dibagikan kepada orang-orang secara langsung.

Poster, pamflet, atau leaflet bisa juga digunakan untuk menyebarkan taushiyah. Kadang-kadang, beberapa LDK dan LDS menyebarkan leaflet berisi ayat-ayat Al-Qur'an, hadits, atau kata-kata mutiara serta sebutir

MANAJEMEN SYI'AR

permen kopi. Cocok disebarkan saat kuliah sedang berjalan (terutama karena ada permennya).

Poster, pamflet, dan leaflet bisa juga digunakan saat aksi. Biasanya berisi fakta-fakta penyimpangan yang dilakukan beberapa pejabat, atau ketidakberhasilan sebuah lembaga menjalankan tugasnya, seruan-seruan, dan juga yel-yel. Khusus untuk leaflet, karena ukurannya yang kecil hanya bisa dibagi-bagikan kepada peserta aksi, masyarakat sekitar jalan, dan juga massa kampus.

6. Stiker, pembatas buku, pulpen, sampul buku, dll.

Media-media ini berfungsi sebagai branding LDK. Biasanya cukup dicantumkan logo dan nama LDK pada media-media tersebut. Media-media tersebut sering disebarkan saat penerimaan mahasiswa baru, atau sebagai bingkisan saat acara-acara tertentu. Keunggulannya, media-media tersebut bermanfaat bagi massa kampus dan bisa digunakan dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Pada saat-saat tertentu seperti masa penerimaan mahasiswa baru, *open house* unit kegiatan mahasiswa, produk-produk seperti pin, jilbab, kaos, dan jaket (yang mencantumkan logo LDK) sangat penting untuk promosi LDK kepada mahasiswa baru. Hal ini menimbulkan kesan bahwa unit tersebut eksis, anggotanya banyak, dan kegiatannya beragam. Kita bisa membuat pin, kaos, atau jaket, kemudian dikenakan oleh seluruh anggota LDK ketika mereka beraktivitas di kampus.

7. Perpustakaan umum

Dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan masyarakat kampus sehingga dapat menjadi sarana dalam transformasi ilmu atau pesan-pesan yang ada dalam buku tersebut.

Yang sering menjadi kendala adalah ketersediaan buku-buku. Untuk mengatasi hal tersebut, kita bisa meminjam buku-buku dari anggota-anggota LDK atau senior dan tentu saja ada jaminan perawatan atas buku tersebut. Kita bisa juga mengajukan sponsor kepada beberapa perusahaan penerbit buku agar kita bisa mendapat *stock* buku-buku gratis atau buku-buku pinjaman.

Masalah yang lainnya adalah tempat. Untuk menyiasatinya, kita bisa mengajukan permohonan kepada pihak kampus untuk menggunakan beberapa ruangan yang strategis namun tidak terpakai seperti gudang, sekretariat unit kegiatan mahasiswa yang tidak ditempati, atau meminjam *space* ruangan kepada perpustakaan yang sudah ada (atau cukup menitipkan

buku pada perpustakaan tersebut). Jika tidak ada tempat yang strategis dan efektif, kita bisa menggunakan ruangan masjid. Misalnya ruangan kosong di belakang mimbar, gudang, bahkan ruang utama masjid itu sendiri.

8. Penyediaan solusi jawaban soal-soal ujian (Bundel Soal)

Dari produk ini diharapkan akan menimbulkan simpati masyarakat kampus terhadap LDK karena produk yang dipasarkan sangat bermanfaat bagi mereka dan menimbulkan rasa bahwa LDK menjadi suatu hal yang dibutuhkan mereka.

Proses pembuatannya tidak terlalu sulit. Cukup dengan mengumpulkan soal-soal ujian dua atau tiga tahun sebelumnya, dan diketik dengan rapi (perhatikan penulisan rumus). Tidak dianjurkan untuk memfotokopi secara langsung soal ujian tersebut, apalagi lembar jawabannya karena hasilnya menjadi tidak rapid dan menyulitkan orang yang menggunakannya. Alangkah lebih baik jika soal-soal tersebut diketik rapi, diurutkan sesuai mata kuliah dan tahun ujiannya, serta dibahas dengan pembahasan yang sistematis dan lengkap oleh orang yang terpercaya, dan yang jauh lebih penting: benar. Pembahasan soal yang tidak benar dan membingungkan hanya akan menyulitkan pengguna bundle soal. Bukannya menimbulkan simpati, malah bisa menuai kritikan yang pedas bahkan sarkastik.

Yang harus diperhatikan.

Dana

Dana biasanya merupakan masalah utama yang dihadapi dalam mengelola media seperti buletin atau majalah. Berikut adalah solusi yang bisa dipakai untuk mengatasi masalah dana berkaitan dengan penerbitan buletin atau majalah.

1. Sponsor

Peran sponsor pada media-media seperti *freeMagz* bagaikan darah pada tubuh manusia. *FreeMagz* tidak hidup tanpa sponsor. Begitu pula majalah-majalah yang beredar di lingkungan masyarakat. Keberadaan sponsor menjaga agar harga majalah tersebut tetap terjangkau oleh masyarakat. Perusahaan paling dekat yang bisa dijadikan sponsor adalah pihak percetakan yang mencetak majalah atau buletin kita. Kita cukup mencantumkan iklan pihak percetakan di majalah atau buletin kita untuk mendapatkan potongan harga. Perusahaan-perusahaan lain seperti produsen jilbab, busana muslim, penerbit buku, café, makanan, dan perusahaan lain yang mempunyai pangsa pasar mahasiswa pun bisa dilirik untuk menjadi sponsor. Hal yang menjadi pertimbangan para

- calon sponsor adalah jumlah cetakan tiap kali penerbitan, berapa kali media tersebut diterbitkan pertahunnya, dan juga jumlah pelanggan.
2. Usaha mandiri
Kadang-kadang dana yang dihasilkan dari bagian dana usaha (danus) tidak mencukupi untuk menyokong aktivitas syi'ar lewat media. Oleh karena itu, tidak ada salahnya jika para pengurus media melakukan usaha mandiri untuk menutupi ongkos produksi media. Usaha mandiri bisa dilakukan dengan berjualan makanan (bisa membeli dari produsen makanan kemudian dijual secara eceran, bisa juga dibuat sendiri), bisa juga dengan menjual produk-produk seperti kaos, jaket, pin, dan bros yang telah kita desain.
 3. Penjualan
Produk-produk media yang biasanya dijual adalah majalah, tabloid, atau koran kampus. Kadang-kadang ada beberapa buletin yang dijual seperti buletin-buletin jum'at yang ada di masjid-masjid. Yang menjadi pertimbangan adalah soal harga. Hindari menutupi ongkos produksi hanya dari penjualan, kecuali jika harga majalah cukup murah.
 4. Donasi
Kadang-kadang orang tua mahasiswa, dosen, dan beberapa mahasiswa dengan uang jajan berlebih bisa menjadi sumber dana. Hampir mirip mencari sponsor hanya targetnya berbeda. Jika pada perusahaan, kita menawarkan media marketing yang menjanjikan, jika pada orang tua dan dosen kita menawarkan kegiatan positif yang memberi dampak yang baik bagi kehidupan mahasiswa.

Distribusi

Distribusi yang baik menyebabkan media yang kita cetak tersebar ke seluruh penjuru kampus sehingga gaung syi'arnya sangat merata. Distribusi yang tidak baik menyebabkan hanya beberapa wilayah saja yang terkena syi'ar kita sedangkan wilayah yang lain tidak tersentuh syi'ar sama sekali. Selain itu bisa menyebabkan menumpuknya buletin dan majalah edisi usang di sekretariat dan keberlangsungan bulletin tersebut akhirnya tinggal menunggu waktu untuk dimusnahkan atau dijual dengan satuan kilogram. Berikut adalah beberapa tips yang bisa digunakan untuk memaksimalkan distribusi media cetak.

1. Pemetaan wilayah
Pemetaan wilayah digunakan dalam proses perencanaan untuk menetapkan target penyebaran. Dengan adanya pemetaan wilayah,

diharapkan semua lahan di kampus kita bisa tersentuh oleh syi'ar.

Pemetaan bisa ditentukan berdasarkan kondisi geografis kampus.

Misalnya wilayah kantin, Kelas, sekretariat unit kegiatan mahasiswa, dll.

Atau bisa juga berdasarkan jurusan dan fakultas. Jika dipetakan secara jurusan dan fakultas, maka tempat dan waktu yang cocok untuk penyebaran media adalah di kelas, mading di sekitar kelas, setelah kuliah, sebelum dan sesudah praktikum, dll.

2. Mencari SDM

Sangat merepotkan bila distribusi hanya mengandalkan para mengurus media. Terlebih jika kampus yang bersangkutan sangat luas hingga mampu menampung beberapa kelurahan di dalamnya atau memiliki hutan dan danau buatan. Hal yang bisa menjadi solusi adalah mencari orang yang “tinggal” di wilayah yang telah kita petakan. Misalkan kampus kita terpetakan menjadi 26 wilayah berdasarkan jurusan, maka carilah 26 orang di masing-masing jurusan tersebut sebagai perpanjangan tangan kita. Orang-orang tersebut bisa pengurus media sendiri, pengurus di luar media, sahabat-sahabat kita yang secara organisasi di luar kepengurusan LDK akan tetapi bisa diminta bantuannya, atau orang lain yang terpercaya yang bersedia membantu meskipun harus diberikan reward.

3. Sebarkan saja

Khusus buletin, kita bisa menyimpannya di kantin-kantin (lebih baik jika kita meminta izin kepada pengelola kantin) atau mushola kampus. Kita bisa juga menyebarkannya di pintu-pintu masuk kampus, atau di sepanjang jalan kampus yang kita lewati menuju ruang kelas kita.

4. Membuka stand

Khusus majalah, tabloid, atau Koran kampus, kita bisa membuka stand di spot-spot strategis. Hanya bermodal meja, kursi, dan keterangan bahwa kita sedang menjual sesuatu, kita bisa membuka stand di mana saja. Sebagai catatan untuk penjaga stand, siap-siap menunggu lama dan ditanya oleh orang-orang yang tersesat di kampus yang mencari kamar kecil dsb. Kadang-kadang ada juga orang-orang yang ingin mengajak diskusi Islam dan peran LDK tersebut.

Desain

Suka atau tidak suka, desain yang bagus dan menarik adalah keharusan pada sebuah media selain isinya. Layout yang rapi, gambar-gambar dan foto yang menarik, serta pemilihan warna yang tepat, bisa meningkatkan keberterimaan sebuah media di masyarakat kampus. Semakin kencangnya

MANAJEMEN SYI'AR

media-media yang tidak bertanggung jawab yang mengajak kepada kebatilan mengharuskan kita tetap eksis dan bertahan untuk menjaga fikroh masyarakat kampus. Kita tidak bisa hanya bertahan dengan menggunakan buletin hitam-putih, fotokopian, sementara musuh Allah menyebarkan media berwarna dengan kertas glossy. Atau tetap pada sebuah kertas full text, font times new roman, dengan align justify sementara media lain sudah menggunakan gambar lengkap dengan foto, bahkan font dengan jenis headinjuries. Sudah saatnya bagi kita untuk mulai memikirkan desain yang tepat, dan menarik bagi massa kampus.

Banyak cara untuk meningkatkan kemampuan desain. Salah satu cara yang efektif adalah berlatih. Kita bisa mempelajari majalah yang populer di masyarakat, atau desain poster yang menarik. Software yang bisa digunakan untuk desain dan layout diantaranya adalah CorelDraw, Microsoft publisher, bahkan mycrosoft word juga bisa digunakan.

Berdasarkan model bahasa yang digunakan, Produk media cetak yang didistribusikan dapat dibagi dalam dua kelompok, yaitu:

1. Jika produk tersebut didistribusikan untuk menyadarkan objek dengan cara sentuhan lembut maka bahasa yang digunakan harus lebih bersahabat (bahasa ringan) dan sesuai dengan kondisi masyarakat kampus.
2. Jika produk yang didistribusikan bertujuan untuk membuka mata dan memberitahukan masyarakat kampus tentang suatu kejadian atau problematika umat yang sedang melanda maka bahasa yang digunakan lebih tegas dan sesuai fakta yang ada.

2. Media Elektronik

Media ini merupakan sarana yang setingkat lebih canggih daripada media cetak.

Contoh-contoh dari media elektronik yang dapat diterapkan adalah sebagai berikut.

1. Home Page

Sarana ini sangat bagus untuk menginformasikan segala acara dan berita yang ingin dipublikasikan. Massa kampus cukup mengunjungi situs LDK untuk mengetahui informasi lebih lanjut tentang acara yang akan diadakan oleh LDK tersebut. Informasi-informasi beserta dunia Islam, link ke situs-situs islami yang terpercaya, materi kuliah agama, foto-foto kegiatan, dll bisa diakses hanya dengan log on ke alamat situs tersebut dimana saja, kapan saja, dan oleh siapa saja. Produk ini juga bisa menyediakan forum saling

tukar informasi, space iklan, saran dan kritik terhadap kinerja LDK, sampai forum konsultasi tentang kelslaman.

Produk ini jangkauannya sangat tidak terbatas, siapapun dapat mengaksesnya dari belahan bumi manapun. Keuntungan lainnya adalah produk ini tidak terlalu memakan banyak dana jika dibandingkan ongkos produksi buletin atau majalah bahkan bisa gratis. Agar produk yang bagus ini dapat dinikmati oleh semua kalangan maka akan baik sekali jika dipublikasi terlebih dahulu, seperti adanya launching, ataupun diumumkan dilingkungan kampus.

Update rutin merupakan sebuah keharusan agar massa kampus tidak jenuh dan tidak memunculkan stereotip “ah situs LDK itu ga pernah diupdate” .

Berikut tips-tips yang bisa dipakai agar menjaga situs kita tetap ter-update.

1. Sediakan gudang artikel.

Di waktu-waktu tertentu kita bisa mengumpulkan banyak artikel dari majalah, internet, buku, dan bahkan menulis sendiri. Artikel-artikel tersebut bisa kita publish di web dalam jangka waktu tertentu. Cukup efektif saat kita sedang sibuk.

2. Berita

Menulis berita di satu sisi lebih mudah dibandingkan menulis artikel.

Hanya saja kita perlu peka terhadap kejadian-kejadian di kampus. Setiap hari banyak kejadian yang bisa ditulis menjadi berita diantaranya berita tentang walimahan, acara-acara kampus dan LDK, dsb.

3. RSS dan Wrapper

Melalui fasilitas ini, kita bisa menampilkan artikel dari situs lain. Artikel tersebut akan ter-update dengan sendirinya saat situs tersebut mengupdate artikelnya.

2. *Blog*

Blog merupakan salah satu trend baru gaya hidup masa kini. Hal ini bisa kita rasakan saat mencari sedang Googling di internet. Saat kita memasukkan kata kunci, kita tidak hanya akan menemukan situs atau milis yang menjelaskan sesuatu yang berhubungan dengan kata tersebut. Kita akan menemukan blog dan jumlahnya setiap hari semakin banyak. Kita juga dapat mengetahuinya dari salah satu acara di stasiun televisi swasta.

Melalui blog, kita dapat Kita juga dapat menulis beberapa artikel dan informasi yang bermanfaat. Kita juga dapat mengekspresikan ide, pikiran, serta keinginan kita secara bebas sehingga tidak jarang kita menemukan blog yang tak ubahnya seperti diary elektronik.

MANAJEMEN SYI'AR

Produk ini bisa dimanfaatkan sebagai media opini yang bagus. Efeknya bisa jauh lebih besar jika semua anggota LDK membuat blog dan saat yang sama membicarakan masalah yang sama dengan pikiran yang sama.

3. Memanfaatkan Radio dan TV Kampus

LDK dapat mengambil bagian dari sarana elektronik ini yaitu dengan ikut mengisi beberapa acara yang dirancang oleh radio atau TV kampus dengan acara siraman rohani atau acara religius apapun yang dapat mendukung tersebarnya Al-Islam di kampus. Yang harus diperhatikan adalah jam tayang, pemateri, gaya bahasa, manajemen dalam hal ini kerjasama dengan pihak radio yang ada di kampus. Media suara kadang bisa sangat efektif dibandingkan dengan media tertulis. Karena kesan “ngobrol” yang ditimbulkan.

Jika radio kampus belum ada, LDK bisa lebih dahulu mendirikan radio kampus. Radio kampus yang dimaksud tidak harus yang siarannya bisa ditangkap melalui radio dengan frekuensi tertentu.

Kita bisa bertingkah layaknya penyiar radio, berbicara di sebuah ruangan melalui mic, hubungkan dengan peralatan elektronik, sambungkan dengan speaker, dan pasang speaker di beberapa tempat seperti kantin, dan tempat “nongkrong” lainnya. Setidaknya harus diperhatikan factor kebisingan dan perizinannya.

4. CD Interaktif, VCD, kaset,dll.

CD interaktif, VCD, dan kaset merupakan sebuah media yang bisa menyimpan data yang sangat banyak. Media-media ini bisa memuat data-data yang tidak dapat disampaikan melalui media cetak. Sangat bagus digunakan sebagai shock therapy kepada mahasiswa baru, atau saat menjelang liburan atau setelah masuk. Selain itu, penyampaian tulisan dan syi'ar bisa lebih kreatif dan semarak karena bisa dikemas secara animasi.

Tayangan taujih dan ceramah atau liputan hasil mata-mata terhadap beberapa kasus kemaksiatan yang tidak terungkap atau legal secara hukum tapi tidak legal secara agama serta efeknya, bisa dimasukkan ke dalam CD. Misalnya kasus penghinaan terhadap Allah (secara gamblang dan sarkastik) di sebuah universitas yang telah berhasil direkam, kasus penganiyaan dan kekerasan di sebuah kampus yang telah menjadi budaya atau kasus kemaksiatan yang terjadi saat terjadi even-even hura-hura kampus seperti band, pesta, dsb. yang didalamnya terjadi interaksi pria dan wanita yang tidak bisa dibenarkan dalam kaca mata agama maupun budaya bangsa Indonesia, pengisi acara yang berpakaian minim dan adegan-adegan mesum lainnya, atau adegan minum minuman keras dan bahkan adegan orang yang

nge-drugs. Untuk kasus-kasus di atas, tulisan saja tidak efektif, VCD merupakan sebuah media yang bagus untuk mengungkapkan fakta secara gambling dan nyata.

Software yang bisa digunakan untuk membuat cd interaktif antara lain:

Macromedia Flash, swish, dsb. Software untuk membuat dan mengedit video antara lain: Adobe premier 1.5, pinnacle, bahkan windows movie maker pun bisa dipakai.

5. Milis, Taushiyah via sms, Tahajjud call, dll.

Milis merupakan forum di dunia maya tempat kita bisa berbagi ide, gagasan, dan informasi. Milis juga bisa berfungsi sebagai pintu komunikasi dari pihak LDK kepada massa kampus. Salah satu provider milis yang terkenal adalah www.yahoogroups.com. Proses pembuatannya cukup mudah dan gratis, cukup *log on* ke situs tersebut dan ikuti petunjuknya. Satu hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana menjaga agar milis tersebut tetap “hidup”. Taushiyah via SMS dulu biasa digunakan untuk taushiyah kepada golongan atau grup-grup tertentu yang isinya sebatas himbauan dsb. Saat ini, penyampaian SMS kepada massa yang lebih banyak bisa digunakan dengan *software* tertentu atau melalui fasilitas SMS gratis yang diberikan oleh beberapa *website*. Akan tetapi manajemennya harus diperhatikan dengan serius, sama seriusnya dengan mengelola media cetak. Misalnya menggunakan tema mingguan atau bulanan, konsisten dengan waktu pengiriman pesan, mengirim di waktu-waktu yang “manusiawi” (meskipun akses internet pada tengah malam lebih cepat, sangat tidak dianjurkan untuk mengirim SMS tersebut pada tengah malam), kata-katanya juga harus mudah dicerna dan tepat.

Adanya pendaftar sms taushiyah atau tahajud call juga bisa menjadi parameter keberterimaan massa terhadap produk dakwah. Satu hal yang “keren” dari parameter tersebut adalah terukur dengan angka.

B. Syi'ar melalui media even

Media even merupakan salah satu sarana yang diselenggarakan pada waktu-waktu tertentu yang sifatnya gebyar.

Contoh-contoh media even yang dapat dilaksanakan:

1. Kajian, Kuliah Umum

Kajian dan kuliah umum dapat dilakukan secara formal ataupun non-formal. Dengan kajian ini, kita dapat memaparkan materi apa saja kepada masyarakat kampus, namun agar kajian dan kuliah umum yang dilakukan lebih efektif maka sebaiknya tema atau kajian yang diangkat harus sesuai

MANAJEMEN SYI'AR

dengan kebutuhan masyarakat kampus itu sendiri. Dari segi pemateri pun harus diperhatikan, sebaiknya pemateri yang komunikatif dan diterima oleh civitas akademika.

2. Seminar, Talk Show, Diskusi Panel, Studium General

Kegiatan ini sifatnya hampir sama dengan kajian, hanya saja dalam pelaksanaannya –baik seminar, talk show, ataupun diskusi panel– lebih formal dan biasanya dilakukan dalam beberapa rangkaian/sesi dan dengan menampilkan beberapa orang pembicara.

3. Diklat untuk mahasiswa muslim kampus

Kegiatan ini dapat dilakukan selama seminggu atau lebih dan dilaksanakan pada suatu tempat yang kondusif dan dengan rangkaian materi yang ada *flow*-nya.

4. Rihlah

Dengan mengadakan rihlah diharapkan akan semakin memperkuat ukhuwah sesama peserta, saling mengenal lebih lanjut satu sama lainnya dan memperlihatkan keindahan alam yang menandakan kebesaran Sang Penciptanya.

5. Pameran/Workshop/Expo

Kegiatan ini berfungsi untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang informasi, wawasan, dan hal-hal lain dengan menyajikan atau memamerkan produk-produk yang mendukung info yang diharapkan. Misalnya dengan mengadakan pameran untuk produk-produk islami, hal tersebut dapat memberitahukan kepada masyarakat kampus bahwa ternyata Islam telah memiliki banyak produk dan sarana-sarana yang dapat dimanfaatkan ataupun dikonsumsi.

6. Olah Raga

Selain untuk menjalin ukhuwah, kegiatan ini juga dapat mensyi'arkan kepada masyarakat kampus bahwa Islam juga menyuruh umatnya untuk memiliki fisik yang kuat. Bentuk kegiatan dapat juga dilakukan dengan menggelar perlombaan antar departemen atau antar lembaga dakwah departemen atau antar unit kegiatan mahasiswa. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung terciptanya hubungan yang baik antara LDK dengan elemen-elemen kampus.

7. Training

Training yang dilakukan dapat berfungsi untuk menambah *skill* dan juga meningkatkan simpati peserta terhadap LDK. Training yang dapat diterapkan berupa training akademik, training komputer, training jurnalistik, dll.

8. Bedah Buku

MANAJEMEN SYI'AR

Dengan adanya bedah buku secara otomatis kita telah menyediakan sarana untuk objek dakwah kita, dimana mereka secara tidak langsung telah “membaca” buku yang dibedah tersebut, sehingga dapat menambah wawasan dan ilmu keislaman mereka.

9. Tabligh Akbar

Dibanding kajian, kuliah umum, seminar, dan diskusi panel, tabligh akbar bisa dikatakan lebih pada penyampaian pesan-pesan yang kental nuansa syi'ar Islamnya. Biasanya mengundang tokoh-tokoh yang terkenal dan terbuka untuk umum.

10. Bazar

Selain sebagai bentuk syi'ar, bazar sekaligus berfungsi sebagai pencarian dana yang cukup efektif. Barang yang dijual biasanya disesuaikan dengan kebutuhan pasar dan momen yang tengah terjadi agar angka penjualan dan syi'ar bisa lebih maksimal. Misalkan saat momen penyambutan mahasiswa baru, maka yang ditawarkan adalah barang kebutuhan dasar bagi mahasiswa baru semisal jas lab, bundel soal, buku, dll.

11. Bakti Sosial dan Kegiatan Kemanusiaan dan Pelayanan Lainnya

Kegiatan ini dapat dilakukan untuk menunjukkan tingkat kepedulian lembaga dakwah kampus terhadap segala permasalahan yang dihadapi oleh umat seperti adanya bencana alam, donor darah, aksi solidaritas, dan kegiatan lainnya yang bersifat kemanusiaan, sehingga LDK dapat membuktikan tentang ajaran Islam yaitu keharusan mencintai saudaranya seperti mencintai dirinya sendiri.

III. ALUR SYI'AR

Kegiatan syi'ar yang dilakukan oleh sebuah LDK merupakan kegiatan yang membutuhkan pentahapan seperti layaknya kegiatan organisasi lainnya. Dengan demikian, penting bagi kegiatan ini untuk mengikuti sebuah alur mulai dari tahap perencanaan (*planning*), pengorganisasian rencana tersebut baik dari sisi SDM pelaksanaannya, dana, maupun waktu (*organizing*), pengelolaan implementasinya di lapangan (*actuating*), pengawasan (*controlling*), serta pengevaluasian seluruh tahapan yang sudah dilakukan tersebut (*evaluating*). Dalam dunia manajemen, ilmu POACE ini biasa dipakai sebagai salah satu langkah demi langkah dalam *manage* suatu kegiatan.



MANAJEMEN SYI'AR

Seluruh rangkaian pentahapan ini merupakan bagian dari upaya mewujudkan manajemen yang profesional, serta dalam rangka mengembangkan dan melatih diri untuk sampai kepada profesionalitas yang dimaksud. Beberapa tujuan penting berkaitan dengan manajemen ini ialah:

- Menciptakan keserasian dan keteraturan dalam gerak sekelompok manusia.
- Merealisasikan prinsip *ta'awun* (bekerja sama) dan amal jama'i antar individu sebagai ganti kerja infirodiyah (individual) dan kesemrawutan.
- Mengembangkan diri para aktivis sejauh mungkin dengan tujuan merealisasikan hasil sebanyak mungkin sesuai fungsi masing-masing untuk mencapai kepuasan.

A. Perencanaan (*Planning*)

Planning merupakan proses pemilihan informasi dan pembuatan asumsi-asumsi mengenai keadaan di masa datang terkait dengan kecenderungan objek dakwah, kebutuhan-kebutuhannya, dan kemungkinan penyebaran nilai-nilai Islam. Hal tersebut kemudian dirumuskan dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang perlu dilakukan demi tersampainya Islam ke lingkungan kampus.

Dalam implementasinya, terdapat tiga kegiatan dasar dalam pelaksanaan suatu perencanaan (*planning*) kegiatan syi'ar sebagai berikut.

1. Pengumpulan masukan

Pengumpulan masukan di sini lebih ditujukan pada pengumpulan tentang kecenderungan perilaku objek dakwah, kebutuhannya, serta bentuk-bentuk dakwah yang mungkin mengena untuk mereka. Termasuk yang tidak kalah penting adalah pengumpulan masukan dari tokoh yang berpengalaman atau berpengaruh besar pada kegiatan syi'ar yang kita lakukan seperti alumni, pembina LDK, dan pihak kampus. Bentuk

INTERMEZO

Planning- Pengumpulan masukan:

Mencoba melihat dari sisi lain

Pengumpulan masukan pada dasarnya salah satu usaha kita melebarkan sudut pandang kita terhadap sesuatu sehingga kita bisa melihat suatu permasalahan dari berbagai sisi.

Dan tempat yang cocok untuk memperoleh masukan selain dari objek dakwah itu sendiri ialah dari orang-orang yang sudah berpengalaman atau minimal pengamat di bidang tersebut. Biasanya mereka memiliki pandangan visioner dan strategis yang seringkali tak terpikirkan oleh kita yang umumnya hanya berkutat di lingkungan bangku kuliah saja. Berbeda dengan mereka yang bisa jadi memiliki jam terbang dan ranah kerja/lingkungan pergaulan yang lebih luas, seperti pembina LDK, alumni, dan pihak kampus.

Tidak perlu dilakukan dalam suasana yang begitu formal, bahkan obrolan santai pun bisa jadi suatu transfer ilmu dan pengalaman yang begitu luar biasa mencerdaskan. Bahkan tidak jarang, kita bisa jauh lebih banyak terbantu terlebih jika yang kita ajak memiliki visi yang sama dengan kita. Pun kalau tak ada hasil yang kita peroleh dari diskusi tersebut, minimal kita dapat pahala silaturahmi kan? *Nothing to lose.*

Pengumpulan ide ini memang baiknya dilakukan di awal sekali sebelum melakukan sesuatu, karena ide baik yang muncul di tengah justru seringkali malah membuat segala sekuatnya lebih berantakan.

MANAJEMEN SYI'AR



pelaksanaannya dilakukan melalui penyebaran angket (*polling*) atau wawancara.

Berikutnya tentang teknis penyusunan dan penyebaran angket (*polling*) yang relevan:

- Penentuan aspek-aspek yang ingin diketahui dari responden.
- Pembakuan aspek-aspek tersebut dalam bentuk pertanyaan yang relevan untuk diajukan.
Sebaiknya pertanyaan yang diajukan disajikan dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh responden dan tidak menimbulkan pengertian ganda.
- Penentuan metode pertanyaan yang akan disampaikan dapat berupa pilihan ganda atau pertanyaan dengan jawaban bebas.
Pertanyaan dalam bentuk pilihan ganda biasanya lebih mudah disimpulkan secara kuantitatif dan prosesnya bisa dilakukan secara lebih cepat. Sementara itu, pertanyaan dengan jawaban bebas memungkinkan munculnya berbagai alternatif jawaban yang beragam, namun responden bisa menyatakan secara tepat pendapatnya. Selain itu, kedua model pertanyaan tersebut dapat pula dikombinasikan, yakni model pilihan ganda dengan menggunakan jawaban bebas pada pilihan yang terakhir jika memang tidak ada pilihan sebelumnya yang cukup mewakili.
- Penyusunan urutan pertanyaan sesuai dengan kondisi psikologis responden yang mungkin terjadi.
Lebih efektif jika pertanyaan yang diajukan tidak dijawab semua secara berurutan, tetapi ada urutan berdasarkan jenis jawaban responden (misalnya jika pertanyaan no. 4 dijawab ya maka responden langsung menjawab pertanyaan no. 6, jika tidak maka ke pertanyaan no. 5).
- Pembuatan parameter-parameter penilaian untuk digunakan pada tahap analisis setelah *polling* selesai dilakukan.
Selain dengan penyebaran angket, pengumpulan info bisa dilakukan pula melalui wawancara ke sejumlah responden. Kelebihan-kelebihan cara ini:
 - Melalui wawancara kita dapat mengumpulkan info secara lebih detil dan dapat menyelami kondisi psikologis objek dakwah yang diwawancarai. Sebab di sini kita berhadapan langsung dan dapat berdialog dengan objek dakwah relatif lebih lama.
 - Sembari mewawancarai, kita dapat juga memperkenalkan keberadaan LDK dan mensosialisasikan program yang sudah ada.
 - Kesempatan untuk melakukan dakwah fardiyah juga lebih besar.

Beberapa hal yang harus diperhatikan ketika melakukan wawancara:

MANAJEMEN SYI'AR

- Persiapkan diri kita terlebih dahulu sebelum memulai wawancara, dan kembali luruskan niat.
- Objek yang akan diwawancarai dipilih secara merata, mulai dari orang yang mengetahui seluk beluk kecenderungan kampus (biasanya ketua atau pengurus harian Unit Kegiatan Mahasiswa atau BEM), orang 'ammah yang masih tertarik dengan kegiatan kemahasiswaan termasuk dakwah, dan orang yang apatis (acuh tak acuh) terhadap kegiatan lainnya selain akademis.
- Sebelum melakukan wawancara, harus sudah ditentukan terlebih dahulu tujuan wawancara yang akan dilakukan, alurnya, dan bentuk-bentuk pertanyaannya.
- Wawancara hendaknya dilakukan dalam suasana yang santai, tidak formal. Kalau perlu dilakukan pendekatan terlebih dahulu dengan memperkenalkan diri dan membuat janji untuk wawancara.
- Bersikaplah terbuka terhadap kritikan dan saran yang disampaikan oleh objek wawancara kita karena kita berkewajiban menjadi pelayan mereka lewat dakwah kita.
- Jangan lupa untuk memberikan penjelasan yang sedetil mungkin jika terdapat kesalahpahaman dengan keberadaan LDK di kampus.

2. Prediksi masa depan

Setelah kesimpulan dari hasil pengumpulan masukan info selesai dibuat, dilakukan proses kesimpulan lanjutan berkaitan dengan prediksi masa depan masyarakat kampus. Di sini, selain kesimpulan pengumpulan info, perlu pula ditambahkan analisis lain sbb.

- Kondisi input mahasiswa baru yang masuk tahun ini (tahun dimulainya kepengurusan LDK saat ini) dengan mempertimbangkan tren generasi muda (pelajar SMU saat ini), latar belakang mereka secara umum, dan ikatan-ikatan yang harus mereka penuhi sebagai mahasiswa baru di kampus (besarnya biaya SPP, batas masa studi, dll.).
- Kemungkinan/arrah kebijakan kampus ke depan baik terkait dengan kebijakan terhadap akademik mahasiswa, kebijakan biaya pendidikan, kebijakan terhadap kegiatan kemahasiswaan, dsb.
- Kemungkinan situasi masyarakat, baik masyarakat lokal sekitar kampus, masyarakat secara nasional, dan bahkan masyarakat internasional (misalnya kejadian apa saja yang sedang hangat, hal apa saja yang harus disikapi secara moral dalam kapasitas LDK).

MANAJEMEN SYI'AR



- Dan semua kemungkinan baik dan buruk yang mungkin saja akan dihadapi. Hal ini bisa dilakukan dengan metode manajemen SWOT analysis (Strength-Weakness-Opportunity-Threatness).

Prediksi masa depan ini kemudian dikerucutkan dalam bentuk kebutuhan-kebutuhan dakwah yang mungkin diambil oleh LDK. Langkah-langkah di atas perlu dilakukan untuk mempersiapkan alur kegiatan syi'ar selama setahun kepengurusan LDK. Namun untuk kegiatan syi'ar insidental, tidak semua langkah di atas perlu dilakukan.

3. Penentuan kegiatan

Setelah mengumpulkan data dan melakukan prediksi terhadap kondisi masa depan, maka langkah dasar terakhir yang dilakukan adalah menentukan jenis kegiatan yang akan dilakukan. Penentuan kegiatan ini dapat dilakukan dengan menerapkan sistem Q8 yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan sehubungan dengan kegiatan yang akan diluncurkan.

- **Q-1** : *What, menyatakan apa tujuan dari kegiatan yang akan dilaksanakan*
- **Q-2** : *Why, mengapa diadakan kegiatan tersebut, kenapa kegiatan tersebut berarti untuk tujuan dakwah*
- **Q-3** : *Who, siapa yang akan mengimplementasikan/ melaksanakannya dan siapa objek yang akan menjadi sasarannya*
- **Q-4** : *How, bagaimana cara merealisasikan tujuan yang ingin dicapai dan bagaimana mengevaluasi sumber daya yang ada*
- **Q-5** : *When, kapan waktu pelaksanaan yang efektif*
- **Q-6** : *Where, dimana kegiatan paling efektif diadakan yang bisa menarik perhatian objek, tempat strategis yang memungkinkan, sehingga kegiatan yang diadakan dapat sampai kepada sasaran yang dituju*
- **Q-7** : *At what cost in people, time and money will plan work, yaitu dalam merencanakan kegiatan tersebut maka harus diperhitungkan kondisi terhadap segala elemen pendukung agar kegiatan dapat terlaksana dengan baik (SDM, waktu, dan dana)*
- **Q-8** : *To what benefit, keuntungan apa yang bisa diperoleh dari kegiatan tersebut, hal ini bisa diterapkan pada kegiatan – kegiatan yang sekaligus memang bertujuan untuk mencari keuntungan mis : penggalangan dana, kerjasama dengan pihak lain atau sponsor, dan sebagainya.*

B. Pengorganisasian (Organizing)



MANAJEMEN SYI'AR

Setelah bentuk kegiatan yang akan dilakukan jelas dan disepakati bersama, maka langkah berikutnya adalah melakukan pengorganisasian/pengaturan sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan kegiatan tersebut. Pengorganisasian adalah suatu proses penyesuaian struktur organisasi dengan tujuan, sumberdaya, dan lingkungannya.

Terdapat delapan prinsip utama dari organizing yaitu:

1. Membagi pekerjaan ke dalam tugas-tugas operasional.
2. Mengelompokkan tugas – tugas kedalam posisi – posisi secara operasional.
3. Menggabungkan jabatan-jabatan operasional kedalam unit-unit yang saling berkaitan.
4. Memilih dan menempatkan orang untuk pekerjaan yang sesuai.
5. Menjelaskan persyaratan dari setiap jabatan.
6. Menyesuaikan wewenang dan tanggung jawab bagi setiap anggota.
7. Menyediakan berbagai fasilitas untuk pegawai.
8. Menyelaraskan organisasi sesuai dengan petunjuk hasil pengawasan.

Dalam hal ini, terdapat tiga sumber daya penting yang perlu diorganisasikan sedemikian rupa, yakni sebagai berikut.

a. Sumber Daya Manusia, mencakup struktur, satuan tugas dan pemahaman, staffing, motivasi, team building, dll.

Yang dimaksud dengan Sumber Daya Manusia (SDM) di sini ialah seluruh pengurus LDK yang mungkin dilibatkan dalam pelaksanaan kegiatan syi'ar. Maksudnya pengurus LDK yang memang tugas utamanya berkaitan dengan masalah syi'ar di kampus atau pengurus lain yang bersedia atau dapat diperbantukan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Ada beberapa hal yang harus dilakukan terkait dengan pengorganisasian SDM ini.

- **Struktur kegiatan/kepanitiaan syi'ar**

Struktur kegiatan/kepanitiaan ini merupakan susunan yang terdiri atas fungsi-fungsi dan hubungannya yang menyatakan keseluruhan kegiatan untuk mencapai sasaran.

Mengapa perlu dibuat struktur? Karena melalui struktur ini akan terlihat secara jelas gambaran pekerjaan yang akan dilakukan berikut hubungan antara masing-masing pekerjaan dalam kegiatan tersebut sehingga dapat digunakan untuk merumuskan rencana kerja ideal.

Biasanya, sebuah struktur kegiatan syi'ar meliputi bagian-bagian berikut.

- **Ketua panitia**

Bagian inilah yang akan mengoordinasikan gerak kerja dari keseluruhan panitia, memimpin rapat-rapat baik untuk perencanaan, koordinasi, dan

MANAJEMEN SYI'AR



Selain itu, menurut Musthafa Muhammad Thahan dalam buku *Risalah Pergerakan Pemuda Islam*, terdapat beberapa prinsip umum yang bersifat fleksibel untuk dipraktekkan namun penting untuk dijadikan pedoman, yakni:

- Prinsip pembagian kerja; yakni bagaimana mengelola pemanfaatan sumber daya seluruh anggota tim untuk mencapai tujuan kerja yang telah ditetapkan.
- Prinsip kepemimpinan dan tanggung jawab; dalam hal ini kepemimpinan mencakup dua sisi yang saling menyatu:
 - a.) Sisi formalitas yang lahir dari kedudukan resmi pemimpin itu.
 - b.) Sisi kepribadian pemimpin berupa kecerdasannya, pengalamannya, kekuatan jiwanya, dan perjalanan karirnya.
- Prinsip kedisiplinan; yakni menghormati aturan yang berlaku untuk merealisasikan ketaatan, keseriusan, dan kebiasaan baik. Sikap ini menjadi tugas pemimpin untuk mengontrolnya.
- Prinsip satu kepemimpinan; bahwa alur perintah dan tugas berasal dari seorang pemimpin saja.
- Prinsip satu visi dan misi; yakni terdapat kesatuan langkah dalam setiap kerja yang bertujuan sama.
- Prinsip keterikatan individu dengan tujuan/maslahat bersama.
- Prinsip penghargaan; maksudnya ialah bahwa penghargaan perlu dan harus segera diberikan setelah prestasi diraih. Adapun cara penghargaan yang dipilih hendaknya dapat diterima secara wajar oleh semua pihak dalam tim.
- Prinsip sentralisasi dan otonomi; dalam hal ini, pemilihan apakah sentralisasi atau otonomi yang akan diterapkan sangat bergantung pada situasi dan kondisi di lapangan.
- Prinsip rantai kepemimpinan; yakni bersambungannya jabatan-jabatan dari level tertinggi sampai terendah dan setiap jabatan harus dihargai saat pekerjaannya telah dilaksanakan.
- Prinsip ketepatan/proporsional; yakni penempatan orang pada posisi yang tepat sesuai kemampuan dan pengalamannya.
- Prinsip objektivitas; prinsip ini lebih ditekankan pada sang pemimpin. Dengan prinsip ini diharapkan akan menambah loyalitas anggota pada pemimpinnya.

evaluasi, memecahkan konflik, hambatan, dan masalah yang mungkin timbul di dalam kepanitiaan, dan bertanggungjawab terhadap motivasi kerja seluruh anggota panitia. Oleh karena besarnya lingkup tugas seorang ketua panitia, maka dapat pula diperbantukan seorang wakil ketua sebagai pendamping dan tempat berdiskusi dalam memutuskan beberapa kebijakan penting. Intinya, wakil ketua adalah orang kedua yang paling bertanggung jawab terhadap keberlangsungan kerja panitia keseluruhan.

Pada prakteknya, fungsi orang kedua di sebuah kepanitiaan dapat pula dibebankan ke seorang sekretaris jendral (sekjen)/sekretaris umum (sekum) sebagai pengganti wakil ketua. Dalam kasus ini, posisi sekretaris ditiadakan dan biasanya digantikan dengan sebuah divisi/bagian khusus yang menangani masalah kesekretariatan panitia (dikenal sebagai divisi kesekretariatan/kestari). Contoh-contoh tersebut penerapannya sangat bergantung pada kondisi dan besar/kecilnya lingkup kepanitiaan/kegiatan yang

akan dijalankan. Jadi, bukanlah hal yang mutlak harus dilakukan.

- **Sekretaris**

Bagian ini terdiri dari satu atau dua orang yang bertugas mengurus berbagai masalah kesekretariatan panitia. Kesekretariatan di sini biasanya mengurus permasalahan surat-menyurat baik itu untuk perizinan, undangan, peminjaman peralatan, pembuatan proposal kegiatan untuk donasi/sponsor berikut kelengkapannya, data keanggotaan panitia keseluruhan, notulensi rapat-rapat besar yang melibatkan seluruh elemen kepanitiaan, dsb.

- **Bendahara**

Bagian ini bertugas membuat rencana anggaran kepanitiaan di awal kegiatan melalui koordinasi dengan divisi-divisi yang ada, mengumpulkan seluruh data keuangan yang masuk untuk penyelenggaraan kegiatan, mengatur pengeluaran yang dibutuhkan oleh tiap-tiap divisi, dan membuat laporan akhir keuangan kepanitiaan di akhir kegiatan. Harus dibedakan antara bendahara dengan fungsi pencarian dana kegiatan. Untuk fungsi yang terakhir dapat diserahkan ke divisi khusus, yakni divisi dana usaha (danus). Namun tidak masalah jika bendahara membantu kerja pengumpulan dan kegiatan.

- **Divisi-divisi lainnya sesuai kebutuhan**

Divisi apa saja yang akan dibentuk dalam sebuah kepanitiaan sangat bergantung pada kebutuhan kegiatan itu sendiri dan lingkup yang harus ditanganinya. Artinya, jika sebuah divisi harus melakukan tugas yang besar, maka untuk memudahkan fokus kerja dan keseimbangan beban kerja dengan divisi lainnya, divisi tersebut dapat dipecah menjadi divisi-divisi yang lebih kecil.

Adapun beberapa divisi yang selalu dibutuhkan untuk sebuah kegiatan syi'ar ialah sbb.

1. Divisi dana usaha

Divisi ini bertugas:

- mencari kemungkinan-kemungkinan sumber dana bagi pembiayaan keberlangsungan kegiatan,
- melakukan pendekatan terhadap sumber-sumber dana tersebut sehingga tertarik untuk menjadi sponsor/donatur bagi kegiatan tersebut mulai dari menghubungi sumber dana tersebut, mempresentasikan kegiatan tersebut kepada mereka, membuat kesepakatan-kesepakatan kerjasama dengan mereka, dan menangani keluhan-keluhan mereka jika memang ada.

2. Divisi publikasi (dokumentasi)

Divisi ini bertugas:

- merencanakan bentuk-bentuk publikasi kegiatan ke masyarakat kampus dan sekitarnya (tergantung sasaran kegiatan),
- bersama-sama dengan divisi dana usaha dan bendahara membuat ketentuan-ketentuan hak publikasi bagi sponsor/donatur yang telah bersedia membantu pembiayaan kegiatan,
- melakukan pendekatan terhadap pihak-pihak media massa (cetak dan elektronik) dan memastikan mereka untuk bersedia menayangkan/memuat kegiatan yang akan dilakukan dalam media mereka,
- menyerahkan pembuatan media publikasi kegiatan ke percetakan yang sudah disepakati (misalnya untuk pembuatan poster, leaflet, baligho, dsb.) atau membuat sendiri jika mungkin untuk ditangani sendiri.

3. Divisi perlengkapan/logistik

Divisi ini bertugas:

- mengurus kelengkapan-kelengkapan peralatan (termasuk tempat acara, *sound system*, dekorasi, dsb.) yang dibutuhkan untuk pelaksanaan kegiatan pada hari “H” mulai dari mengurus perizinannya, menghubungi pihak yang bersedia menyewakan atau meminjamkan,
- bertanggung jawab terhadap ketersediaan seluruh peralatan acara pada hari “H”.

4. Divisi acara

Divisi ini bertugas:

- mempersiapkan rancangan acara dari kegiatan syi’ar yang akan dilakukan pada hari “H”, meliputi pembagian waktu acara hari “H”, moderator (jika dibutuhkan) dan pengisi acara,
- menghubungi seluruh calon pengisi acara dan memastikan kehadiran mereka pada hari “H”,
- memastikan dan bertanggungjawab terhadap keberlangsungan seluruh acara pada hari “H”.

• **Staffing dan pemahaman kerja tim/kepanitiaan**

Di sini, yang menjadi fokus perhatian ialah rekrutmen SDM di setiap divisi yang sudah ditetapkan, penjelasan lingkup kerja mereka, dan menerima masukan-masukan dari anggota kepanitiaan yang lain berkaitan dengan struktur panitia (jika ada). Beberapa hal yang mungkin dilakukan dalam fase ini ialah sebagai berikut.

MANAJEMEN SYI'AR

- Sebelum diadakan peluncuran kegiatan, selain posisi ketua, diupayakan agar posisi sekretaris, bendahara, dan ketua tiap-tiap divisi yang ada sudah terisi terlebih dahulu. Untuk posisi-posisi ini, ketua dapat melakukan pendekatan personal terhadap orang-orang yang potensial untuk memegang amanah tersebut. Sebagai pertimbangan, dapat digunakan referensi atau persetujuan bagian Pengembangan SDM (PSDM) LDK, Ketua LDK, dan pengurus harian yang lain.
- Untuk rekrutmen pertama, sangat baik jika dilakukan pertemuan khusus yang ditujukan untuk meluncurkan/*launching* kegiatan ini ke seluruh pengurus LDK. Pada pertemuan ini, dijelaskan pula latar belakang diadakannya kegiatan, urgensinya dan manfaatnya bagi kampus, struktur kepanitiaan yang akan menjalankannya, berikut *job description* dari masing-masing divisi.
- Rekrutmen selanjutnya, sampai batas waktu yang telah ditentukan, dapat dilakukan oleh masing-masing divisi atau dengan memasang pengumuman di sekretariat LDK tentang rekrutmen kepanitiaan kegiatan tersebut. Sebaiknya mungkin pengumuman tersebut ditampilkan secara menarik dan jangan lupa untuk mengikutsertakan *job description* setiap divisi yang masih membutuhkan SDM agar pengurus LDK lainnya bisa mendapatkan gambaran tentang bagian yang akan dimasukinya.
- **Pemotivasian dan pembentukan soliditas tim (*team building*)**

Dalam tahap ini, seluruh anggota kepanitiaan sudah terisi semuanya. Oleh karena itu, yang dibutuhkan kemudian ialah bagaimana membangun kesolidan panitia (*team building*). *Team building* ini merupakan salah satu hal yang sangat mempengaruhi perkembangan organisasi, *teamwork*, dan pembagian kerja.

Dalam membangun sebuah tim yang dinamis diperlukan empat tahap sbb.

 - Menetapkan arah menuju misi.
 - Meraih efektivitas tim.
 - Mempercepat gerak kerja tim.
 - Sampai di puncak prestasi : mempertahankan motivasi.

Tahap pertama telah dilakukan pada poin sebelumnya, yakni *staffing* dan pemahaman kerja tim. Sekarang, yang menjadi fokus ialah bagaimana meraih efektivitas tim. Untuk itu ada dua hal penting yang harus dilakukan, yakni:

- Mengklarifikasi peran dan tanggung jawab anggota tim

Di sini yang harus diidentifikasi meliputi:

- Siapa yang bertanggung jawab memimpin tim?
- Apakah perlu ditunjuk anggota tim yang bertanggung jawab melakukan komunikasi dengan tim bagian lain?
- Tugas apa saja yang menjadi tanggung jawab setiap anggota?

Dengan mengklarifikasi peran dan tanggung jawab masing-masing anggota, tim tersebut akan dapat mengetahui bagaimana caranya meraih keberhasilan tim. Anggota tim yang mengetahui tanggung jawabnya masing-masing tidak akan berada dalam kegelapan dan tersandung-sandung dalam pendakian. Dalam hal ini, ada dua jenis peran yang perlu diklarifikasi:

b. Peran yang melibatkan tugas spesifik

Dengan memperjelas peran ini, kita mampu:

- menghapus tugas-tugas yang tumpang tindih,
- menghapus jurang pemisah dalam penyelesaian tugas,
- menghindari terjadinya pengelakan tanggung jawab,
- menghindarinya tidak terpenuhinya batas waktu.

2. Peran yang melibatkan proses tim

Dengan memperjelas peran ini, tim akan dapat bekerja lebih baik.

Adapun maksud dari peran ini ialah; misal dalam setiap rapat tim diadakan pembagian tugas. Si A dipilih menjadi notulen yang akan menuliskan semua ide yang muncul ketika rapat dan keputusan yang telah disepakati. Lalu si B dipilih menjadi 'penjaga waktu' ketika tim berdiskusi. Sementara itu, si C dipilih menjadi pemberi opini yang akan menambahkan komentar terhadap isu tertentu.

Adapun si D dipilih menjadi pemimpin tim yang bertugas menyiapkan agenda untuk setiap rapat dan mengomunikasikan kemajuan tim pada hirarki manajemen tim yang lebih tinggi. Dalam proses ini, penting untuk melibatkan seluruh anggota tim. Sebuah tim yang dinamis tidak akan muncul jika proses pembagian peran dan tanggung jawab di dalam tim didominasi oleh sang ketua tim. Oleh karena itu, setiap anggota tim perlu diberi kesempatan untuk memutuskan perannya sendiri. Dengan demikian, diharapkan akan muncul komitmen dalam diri mereka sendiri.

Setelah semua anggota tim memilih perannya masing-masing dalam tim, ketua tim perlu menjelaskan tugas apa yang harus dilakukan oleh tiap bagian dalam tim. Namun sebelum itu, dapat juga ketua tim meminta pandangan dari anggotanya tentang harapan dan antisipasi mereka untuk perannya tadi.

MANAJEMEN SYI'AR

- Mengidentifikasi penghalang

Di sini, diharapkan gejala buruk yang mungkin timbul pada sebuah tim dapat di-identifikasi, lalu disiasati untuk diperbaiki. Adapun beberapa gejala yang biasanya menjadi penghalang tim ialah:

- Komunikasi yang tidak bebas

Biasanya, gejala ini ditandai dengan tidak bebasnya anggota tim dalam mengungkapkan pendapatnya. Mereka cenderung memilih diam. Untuk itu ketua tim dapat mengatasinya dengan:

1. Perhatikan tanggapan dari anggota tim lainnya.
2. Ajukan pertanyaan apakah tanggapan tersebut bersifat negatif.
3. Dorong/minta mereka supaya mampu terbuka dengan cara memberikan umpan balik positif.

- Seringkali timbul ketidaksepakatan

Jika sering terjadi ketidaksepakatan dalam tim, biasanya terdapat perspektif yang berbeda dalam tim itu. Namun perbedaan itu justru sering menghasilkan pertimbangan yang tidak terpikir sebelumnya. Sebaliknya, jika yang terjadi adalah jaranganya ketidaksepakatan maka bisa jadi anggota tim itu cenderung menutupi perasaannya atau tidak bersedia berbagi gagasan. Oleh karena itu, pemecahannya ialah:

- b. Jelaskan bahwa ketidaksepakatan merupakan pengalaman positif bagi tim.
- c. Jangan pernah menyerang gagasan yang berbeda dari anggota tim yang lain.

- Tidak bersedia berbagi informasi

Bisa jadi anggota tim yang lain memiliki pengalaman/informasi yang dapat membantu memecahkan masalah tim, tapi mereka tidak bersedia berbagi informasi. Oleh karena itu, ketika hal ini terjadi berarti tim merugi. Untuk mengatasinya:

1. Ketua tim harus menunjukkan bahwa dirinya bersedia berbagi informasi dengan anggota tim lainnya.
2. Pastikan anggota tim mengetahui bahwa selaku ketua tim, Anda sangat menghargai keahlian/pengalaman mereka.
3. Hargai kontribusi mereka ketika anggota tim lain berbagi informasi.

- Pertemuan tim yang tidak efektif

Untuk mengatasi hal ini:

- Ketua tim harus memiliki agenda yang jelas.

- Ketua tim harus mengatur pertemuan sedemikian rupa dan mengusahakan agar jangan sampai melampaui batas waktu yang ditentukan.
 - Ketua tim harus menjaga agar diskusi jangan melenceng.
 - Berikan kesempatan yang sama kepada semua anggota tim untuk turut berpartisipasi.
- Tujuan yang tidak realistis
- Tujuan semacam ini biasanya menuntut lebih dari yang dapat dilakukan tim. Oleh karena itu, untuk mengatasinya:
- Terimalah masukan dari semua anggota tim.
 - Identifikasi keinginan.
 - Tetapkan tujuan yang bisa dicapai.

Oleh karena itu, berikut ini ada beberapa hal yang dapat diterapkan oleh seorang pemimpin untuk tetap menjaga kesolidan timnya.

- ❖ Tekankan pada hal yang biasa disenangi/diminati (*emphasize common interests*)

Kadang-kadang adanya perbedaan kepercayaan dan latar belakang (seperti ras, umur, jenis kelamin, jenis pekerjaan) dapat menjadi ancaman untuk mengacaukan kesolidan tim. Oleh karena itu pendekatan yang sangat baik untuk dilakukan adalah lebih menitikberatkan pada persamaan ketertarikan daripada perbedaan yang ada. Jelaskan urgensi dari kerjasama dan menjadi individu yang bersifat objektif. Semangati anggota tim untuk saling berbagi informasi dan saling membagi ide.

- ❖ Adakan acara-acara khusus dan ritual

Acara-acara khusus dan ritual dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sarana untuk mengidentifikasi tim dan dapat membuat mereka merasa dihargai dan dianggap spesial. Kesempatan ini akan efektif jika diselenggarakan dengan mengedepankan nilai dan tradisi dari tim tersebut. Acara-acara yang dapat dilakukan misalnya penyambutan anggota baru, pelepasan anggota lama, ataupun perayaan karena tim tersebut telah berhasil melakukan tugasnya dengan baik.

- ❖ Gunakan simbol untuk mengembangkan identifikasi terhadap unit pekerjaan

Simbol dari tim dapat berupa nama tim, slogan, logo, pakaian, dan lain sebagainya yang disepakati bersama. Simbol tersebut dapat membuat anggota tim merasa satu karena identitasnya sama. Simbol tersebut akan memiliki kekuatan lebih jika disertakan nama-nama anggota tim.

MANAJEMEN SYI'AR

- ❖ Menyemangati dan memfasilitasi kepuasan interaksi sosial

Perkembangan dari kesolidan tim akan terjadi jika antar anggota saling mengenal satu sama lainnya secara mendalam, sehingga memudahkan mereka untuk melakukan interaksi sosial yang baik. Salah satu cara untuk memfasilitasi kepuasan interaksi sosial tersebut adalah dengan melakukan kegiatan kekeluargaan periodik seperti silaturahmi anggota tim dengan makan bersama. Acara tersebut diformat bersifat santai sehingga memungkinkan mereka untuk berinteraksi satu sama lainnya.

- ❖ Tetap menjaga sesi *team building*

Sesi *team building* dapat menimbulkan kejujuran dan diskusi terbuka dari hubungan interpersonal dan hal tersebut merupakan salah satu cara untuk mengembangkan dan meningkatkan kinerja tim. Hal yang dapat dilakukan adalah dengan adanya *sharing* antar anggota tentang pekerjaan mereka, baik hasil yang telah dicapai ataupun kendala yang dihadapi agar anggota lainnya mengetahui kondisi tersebut dan ikut menyumbangkan solusi. Pemimpin tim harus mem-*follow up* saran-saran yang muncul dari diskusi tersebut sehingga muncul perbaikan kinerja tim.

- ❖ Undang pakar/ahli dari bidang yang sama jika memungkinkan

Kebanyakan dari pemimpin tim memiliki kekurangan terhadap kepekaan tim, atau sering lupa dengan apa yang sedang melanda pada tim tersebut. Dengan demikian, mengundang pihak lain untuk menyemangati dan memberi taushiyah ataupun mendengar pendapat objektif dari pihak luar sangatlah membantu untuk mengidentifikasi keadaan tim dan kondisi riil yang ada.

- **Dana**

Berbeda dengan teknis pendanaan yang telah dijelaskan di awal, kali ini lebih fokus kepada pendanaan kepanitiaan. Yang harus diatur berkaitan dengan dana kepanitiaan sebagai berikut.

- Rencana pengeluaran dan pemasukan

Rencana pengeluaran biasanya didasarkan atas kebutuhan dari tiap-tiap divisi/bagian yang ada di dalam kepanitiaan. Oleh karena itu, yang menyusun rencana pengeluaran pertama kali ialah divisi-divisi tersebut. Kemudian rencana tersebut dikumpulkan secara terpusat kepada bendahara kepanitiaan untuk selanjutnya dibahas/diolah bersama-sama divisi dana usaha tentang kemungkinan-kemungkinan pemangkasan atau bahkan pemekaran pengeluaran.

Sebaiknya, panitia memiliki dua versi rencana keuangan. Versi pertama ialah versi pengeluaran dan pemasukan yang sebenarnya (riil) dibutuhkan sebagai

batas minimal, sementara versi kedua ialah versi dengan penambahan-penambahan sewajarnya sebagai batas maksimal. Versi kedua inilah yang kemudian disampaikan pada proposal kegiatan yang akan diajukan ke donatur/sponsor.

- Mekanisme pencairan

Yang dimaksud dengan mekanisme pencairan di sini ialah sarana-sarana yang mungkin digunakan untuk mentransfer dana cair yang sudah dikeluarkan oleh sponsor/donatur ke pihak panitia (bendahara/divisi dana usaha). Selain mekanisme penyerahan uang secara tunai, sebaiknya panitia juga menyediakan *account* di bank yang disediakan khusus untuk menerima dana transfer dari sponsor/donatur melalui bank.

Perlu diperhatikan bahwa dana yang masuk ke pihak panitia ataupun dana yang keluar untuk kebutuhan panitia hanya diperbolehkan melalui satu pintu, yaitu bendahara. Bendahara juga berwenang melakukan peninjauan kembali atas besarnya dana yang diminta jika memang keadaan keuangan demikian sulit. Ini dimaksudkan untuk kejelasan keluar/masuknya dana baik ketika kepanitiaan masih berlangsung ataupun untuk laporan pertanggungjawaban.

- Kebutuhan penyandang dana dan kontrapretasi

Di sini, bendahara, divisi dana usaha berikut divisi publikasi menentukan kemungkinan-kemungkinan penawaran yang diajukan kepada pihak sponsor/donatur sebagai imbal balik atas kesediaan mereka sebagai sponsor/donatur. Biasanya, kemungkinan imbal balik yang diambil ialah pemarkahan instansi/lembaga sponsor/donatur pada media-media publikasi kegiatan. Oleh karena itu, yang perlu dipertimbangkan pada bagian ini ialah:

- Klasifikasi sponsor/donatur berdasarkan jumlah dana yang bersedia mereka berikan. Biasanya ada klasifikasi sponsor menjadi:
 1. Sponsor tunggal.
 2. Sponsor utama.
 3. Sponsor pendamping.
 4. Sponsor biasa.
- Imbal balik untuk mereka dalam media publikasi kegiatan, meliputi: logo instansi donatur akan dipasang pada media apa saja? Dan untuk setiap media tersebut, berapa ukuran logo instansi/lembaga mereka yang diperkenalkan? Pertimbangannya adalah biaya yang dibutuhkan untuk membuat media publikasi tersebut dan kemungkinan jumlah sponsor/donatur yang akan bersedia menjadi penyandang dana sehingga panitia dapat membayar biaya pembuatan media publikasi ybs berikut keuntungan yang mungkin diperoleh.

MANAJEMEN SYI'AR

- **Daftar sponsor/donatur**

Setelah kontrapretasi selesai disusun, maka panitia siap untuk mulai menyebar proposal tersebut ke sponsor/donatur yang dituju. Namun sebelumnya, pihak dana usaha sudah terlebih dahulu menyusun daftar sponsor/donatur yang akan dituju. Sponsor/donatur di sini bisa berupa :

- Alumni LDK/kampus yang sudah lulus dan bekerja serta potensial untuk dimintai dana.
- Media-media massa yang mungkin dijadikan sasaran publikasi kegiatan.
- Instansi/lembaga yang relevan sebagai pengisi kegiatan (misal produsen kerajinan Islam yang berkeinginan mengisi stand pameran, lembaga ekonomi sebagai sponsor seminar ekonomi syariah).
- Instansi/lembaga lain yang potensial menjadi sponsor untuk kepentingan publikasi di media-media publikasi yang sudah direncanakan.

- **Keuntungan**

Keuntungan sebenarnya bukanlah hal yang prioritas untuk dipikirkan. Karena kebanyakan kegiatan syi'ar adalah kegiatan sosial. Namun jika dalam perencanaan dana, pihak bendahara melihat kemungkinan untuk mencari celah-celah keuntungan terutama dari kontribusi peserta kegiatan atau sponsor, maka amat baik jika hal ini turut pula diikutsertakan.

- **Waktu/timeline/time schedule**

Setelah bagian-bagian dari kepanitiaan kegiatan terisi semua, maka hendaknya ketua panitia dan ketua bagian/divisi yang bersangkutan menentukan acuan waktu kerja/*time schedule* dari panitia. Untuk ketua panitia dan ketua divisi (berikut stafnya yang perlu dimintai pertimbangan), *time schedule* yang perlu disusun meliputi:

- Jangka waktu pembuatan proposal dan perencanaan kegiatan tiap-tiap divisi.
- Jangka waktu bagi tiap-tiap divisi untuk memulai tugasnya masing-masing.
- Waktu-waktu evaluasi terhadap kemajuan kerja yang telah dilakukan oleh masing-masing divisi.
- Jangka waktu untuk mulai mengalihkan fokus kerja panitia kepada penyiapan kegiatan pada saat hari "H".

Setelah jadwal ini disepakati, maka pihak sekretaris membuatkan *time schedule* ini dalam bentuk yang bagus dan cukup besar untuk dilihat oleh masing-masing anggota panitia. Biasanya jadwal ini kemudian ditempel di ruang sekretariat. Dengan jadwal ini diharapkan setiap anggota panitia dapat

MANAJEMEN SYI'AR



mengetahui; sudah berada pada posisi mana kepanitiaan keseluruhan saat ini, apa yang semestinya difokuskan dalam waktu dekat ini untuk dikerjakan oleh setiap divisi, dan bagaimana kinerja panitia secara keseluruhan hingga saat ini: bermasalahkah atau sudah berjalan baik?

Jadwal yang umum ini kemudian didetilkkan oleh masing-masing divisi bersama-sama dengan stafnya. Kemudian, jadwal tersebut dibagi-bagikan ke seluruh anggota divisinya untuk kemudian disimpan sebagai acuan pribadi untuk mengukur efektivitas diri dan divisi dimana ia tergabung.

C. Implementasi di Lapangan (*Actuating*)

Semua hal yang sudah direncanakan dan diorganisir dengan baik kemudian dilaksanakan atau diaktualisasikan menjadi sebuah kegiatan syi'ar. *Actuating* merupakan proses realisasi segala perencanaan yang telah disusun di awal ke dalam sebuah pergerakan atau kegiatan yang dikomandoi oleh pimpinan dengan proses delegasi kepada bawahan.

Di dalam melakukan proses implementasinya terdapat delapan hal pokok yang menjadi dasar dari proses ini, yaitu:

1. Melakukan kegiatan partisipasi dengan senang hati terhadap semua keputusan, tindakan atau perbuatan.
2. Mengarahkan dan menantang orang lain agar bekerja sebaik-baiknya.
3. Memotivasi anggota, yaitu memberikan inspirasi, semangat dan dorongan kepada anggota untuk bertindak.
4. Berkomunikasi secara efektif.
5. Meningkatkan anggota agar memahami potensinya secara penuh.
6. Memberikan imbalan penghargaan terhadap anggota yang melakukan pekerjaan dengan baik.
7. Mencukupi keperluan anggota sesuai dengan kegiatan pekerjaannya.
8. Berupaya memperbaiki pengarahan sesuai dengan petunjuk pengawasan.

Hal di atas kemudian di-*breakdown* ke dalam beberapa hal penting lainnya yang tidak boleh dilupakan dalam melakukan proses *actuating*, yaitu:

a. Koordinasi

Koordinasi adalah sebuah proses terjalinnya hubungan antara satu bagian dengan bagian yang lain, saling menguntungkan, sebagai upaya mempermudah proses pencapaian tujuan dengan hasil yang baik. Koordinasi sangat diperlukan dalam mengelola suatu kegiatan untuk menghindari konflik, pemborosan sumber daya, menghindarkan penumpukan tugas, menjamin kesatuan sikap, tindakan, kebijaksanaan, pelaksanaan, dan penyadaran bahwa tiap orang merupakan bagian dari tim.

MANAJEMEN SYI'AR

Dalam koordinasi perlu diperhatikan prinsip *koordinat* (mengarahkan tujuan), *integrasi* (menyatukan potensi), *sinkronisasi* (harmonisasi semua aspek dan potensi), dan *simplifikasi* (penyederhanaan, misalnya material kegiatan dapat disederhanakan dan mudah dipahami).

b. Work the plan

Kerjakan semua hal sesuai yang telah direncanakan. Yakinkan setiap orang memahami tugas masing-masing dan mengerti dengan baik apa yang harus dikerjakan. Semua harus mempunyai pemahaman yang utuh tentang pekerjaannya. Seringkali pekerjaan gagal karena yang menjelaskan dan yang mengerjakan tidak memahami dengan baik apa yang harus dikerjakan.

c. Maksimalisasi potensi

Setiap orang berusaha melakukan yang terbaik terhadap perannya masing-masing. Dengan didukung oleh orang yang tepat pada tempat yang tepat, setiap potensi yang ada dapat disinergikan untuk mencapai hasil yang optimal.

d. Atmosfer kerja yang baik

Saat berjuang di jalan Allah faktor kebersamaan adalah kunci sukses. Kegiatan akan efektif jika anggotanya memiliki ikatan hati dan mempunyai tanggung jawab moral untuk saling menasihati dan mencapai tujuan bersama, tidak hanya sebatas hubungan kerja. Disiplin, komitmen yang tinggi, serta aturan kerja yang jelas turut menunjang terbentuknya atmosfer kerja yang baik.

e. Optimis

“Aku sebagaimana persangkaan hamba-Ku”, ayat ini memberikan indikasi bahwa setiap muslim harus optimis dengan semua usaha kebaikan yang dilakukannya. Lakukan segalanya seoptimal mungkin dan serahkan hasilnya pada Allah.

3. Pengawasan (Controlling)

Kontrol adalah aktivitas pengawasan terhadap kemajuan kegiatan yang dilakukan, membandingkan apa yang sedang dicapai dengan sasaran yang direncanakan, dan campur tangan di waktu yang tepat untuk meluruskan jalannya kegiatan agar mencapai sasaran yang diinginkan. Termasuk dalam aktivitas kontrol ini, memantau perubahan yang terjadi dan secara fleksibel bisa mengondisikan perubahan tersebut untuk tetap eksis pada tujuan semula. Dengan *controlling*, tujuan kegiatan syi'ar jangka panjang dapat diubah sesuai dengan perubahan yang ada, jika hal tersebut memang memberi efek yang lebih baik untuk syi'ar itu sendiri. Oleh karena itu terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan ketika melakukan proses *controlling* yaitu:

1. Membandingkan hasil-hasil pekerjaan dengan rencana secara keseluruhan.
2. Menilai hasil pekerjaan dengan standar hasil kerja.

3. Membuat media pelaksanaan secara tepat.
4. Memberitahukan media pengukur pekerjaan.
5. Memindahkan data secara terperinci agar dapat terlihat perbandingan dan penyimpangan-penyimpangan yang terjadi.
6. Membuat saran tindakan-tindakan perbaikan jika dirasa perlu oleh anggota.
7. Memberitahu anggota yang bertanggung jawab terhadap pemberian penjelasan.
8. Melaksanakan pengawasan sesuai dengan petunjuk hasil pengawasan.

A. Prinsip *Controlling*

Dalam melakukan pengawasan terhadap kegiatan yang dilakukan, terdapat beberapa prinsip pengawasan yang dapat diterapkan untuk mencapai hasil pengawasan yang maksimal, yaitu:

1. Mencerminkan sifat dari apa yang diawasi.
2. Dapat diketahui dengan segera penyimpangan yang terjadi.
4. Luwes.
5. Mencerminkan pola organisasi.
6. Ekonomis.
7. Dapat mudah dipahami.
8. Dapat segera diadakan perbaikan.

B. Jenis *Controlling*

Controlling biasanya dapat ditinjau dari tiga segi, yaitu:

1. *Controlling* dari segi waktu
Pengawasan atau *controlling* dari segi waktu dapat dilakukan secara *preventif* ataupun *represif*. Alat yang digunakan untuk pengawasan *prevenif* adalah perencanaan dan *budget*, sedangkan untuk pengawasan secara *represif* menggunakan alat *budget* dan laporan.
2. *Controlling* dari segi objek
Pengawasan segi ini merupakan pengawasan terhadap produksi, keuangan, aktivitas pengurus, dan sebagainya. Dengan kata lain, pengawasan dari segi objek merupakan pengawasan administratif dan pengawasan operatif. Contoh pengawasan administratif adalah pengawasan anggaran, inspeksi dan pengawasan order (*standing orders*) dan pengawasan kebijaksanaan (*policies control*).
3. *Controlling* dari segi subjek
Pengawasan ini terdiri dari pengawasan intern dan pengawasan ekstern.

C. Metode-Metode *Controlling*

Dalam melakukan usaha pengontrolan terhadap kegiatan-kegiatan organisasi yang akan dilaksanakan, terdapat beberapa metode dasar yang dapat diterapkan sehingga harapan terjadinya penyimpangan-penyimpangan dari rencana awal dapat diminimalisir. Metode-metode dasar tersebut ada tiga, yaitu:

a. Pengontrolan umpan balik

Yaitu pengontrolan yang dilakukan sebagai mekanisme untuk pengumpulan informasi mengenai ketidaksempurnaan suatu prestasi setelah kegiatan tersebut selesai dilaksanakan. Pengumpulan informasi tersebut sangat bermanfaat bagi perbaikan kualitas kegiatan selanjutnya. Dari kenyataan yang terjadi di lapangan, dengan adanya metode pengontrolan ini didapatkan adanya perbaikan kualitas baik bagi pengurus atau personal organisasi maupun bagi kualitas organisasi itu sendiri.

Pengontrolan ini lebih bersifat reaktif yaitu menunggu datangnya suatu kritikan ataupun masukan terhadap suatu kegiatan yang telah dilaksanakan. Mekanisme penerapan metode ini dapat dilakukan dengan penyebaran angket ataupun evaluasi bersama yang dilakukan oleh penyelenggara kegiatan setelah terjadinya kegiatan.

b. Pengontrolan yang terjadi bersamaan

Yaitu bentuk mekanisme pengontrolan untuk mengumpulkan informasi tentang kekurangan prestasi ketika kegiatan sedang berlangsung, dan untuk menghilangkan atau mempersingkat kelambanan antara hasil dan umpan balik. Pada hakikatnya, metode pengontrolan ini merupakan mekanisme yang lebih baik daripada *pengontrolan Umpan Balik* karena adanya suatu usaha untuk menghilangkan kelambanan antara hasil dan umpan balik seperti yang telah dijelaskan di atas. Metode ini akan dapat diterapkan dengan baik jika *mas'ul* kegiatan dapat memperoleh berita-berita penyimpangan pada waktu yang sesuai sehingga dapat segera dilakukan suatu usaha untuk menangani penyimpangan-penyimpangan yang terjadi di lapangan. Dengan demikian, dibutuhkan suatu ketegasan dan kesigapan dari *sang mas'ul* terhadap kondisi apapun yang terjadi. Bila kita menggunakan metode ini, maka sebenarnya kita melakukan dua kegiatan secara paralel yaitu kegiatan syi'ar itu sendiri yang berlangsung sesuai rencana dan di samping itu, kita pun melakukan pengawasan secara langsung terhadap jalannya kegiatan.

c. Pengontrolan sebelum terjadi

Yaitu mekanisme untuk lebih mengawasi kinerja input daripada output guna mencegah atau meminimalisir kekurangan yang ada sebelum hal tersebut

terjadi. Jika dilihat dari definisi dan usahanya, maka bentuk pengontrolan ini merupakan tingkatan tertinggi daripada dua metode sebelumnya karena adanya suatu usaha dini atau usaha *prevenif* untuk mencegah terjadinya penyimpangan-penyimpangan terhadap kegiatan yang akan dilaksanakan sehingga tujuan yang telah digariskan semula tidak bergeser ke arah lain.

Dalam pelaksanaannya, ketiga metode pengontrolan di atas dapat dijabarkan lagi menjadi beberapa metode pengontrolan yang mendukung minimalisasi terhadap penyimpangan yang terjadi. Metode-metode tersebut ada lima, yaitu:

1. Pengontrolan Birokratis

Yaitu bentuk pengontrolan yang dilakukan dengan menggunakan wewenang hirarki atau tingkatan *qiyadah* terhadap *jundiyah* untuk mempengaruhi perilaku pengurus organisasi dengan memberi penghargaan atau hukuman terhadap kepatuhan atau ketidakpatuhan terhadap kebijakan yang diterapkan, atau peraturan dan prosedur organisasi yang berlaku. Pengontrolan ini dapat diterapkan jika dalam organisasi tersebut ada suatu prosedur pelaksanaan kegiatan dan standar-standar organisasi yang diberlakukan.

2. Pengontrolan Objektif

Yaitu metode pengontrolan dengan menggunakan pengukuran hasil observasi tentang perilaku atau keluaran pengurus untuk menilai prestasi dan mempengaruhi perilaku.

3. Pengontrolan Normatif

Merupakan pedoman perilaku dan keputusan pengurus yang secara luas akan membagi nilai dan keyakinan organisasi.

4. Pengontrolan Konsertif

Merupakan pedoman perilaku dan keputusan pengurus melalui keyakinan atau nilai kelompok kerja.

5. Pengontrolan Diri

Pengontrolan diri atau manajemen diri merupakan sistem dimana sang *qiyadah* dan para *jundinya* melakukan suatu usaha pengontrolan terhadap diri sendiri dengan menetapkan tujuan sendiri atau memonitor kemajuan diri serta memberi penghargaan terhadap diri sendiri atas pencapaian tujuan yang berhasil diraih.

D. Pelaksanaan *Controlling*

Pelaksanaan *controlling* dapat dilakukan dalam empat cara, yaitu:

- Mengawasi langsung di tempat (personal inspections).
- Melalui laporan lisan (oral report).

MANAJEMEN SYI'AR

- Melalui tulisan (written report).
- Melalui penjagaan khusus (control by expectation).

E. Tolok Ukur *Controlling*

Dalam melakukan pengawasan tersebut maka ada dua tolok ukur yang harus sangat diperhatikan agar pengawasan dapat berlangsung dengan baik, yaitu:

1. Standar fisik/normalisasi (*physical standard*)

Tolok ukur dengan standar fisik ini memperhatikan tiga hal, yaitu:

- Kualitas hasil produksi.
- Kuantitas hasil produksi.
- Waktu penyelesaian.

2. Standar non fisik (*intangible standard*)

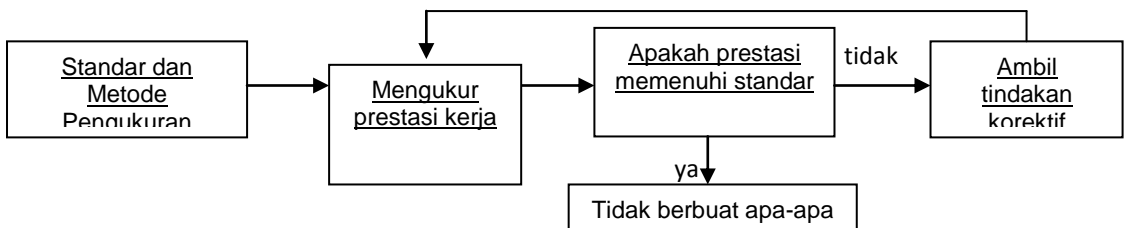
Tolok ukur ini dapat berupa hal-hal yang dapat dirasakan, tapi tidak dapat dilihat.

F. Langkah-Langkah Dasar dalam Proses Pengendalian

Dalam pelaksanaan pengawasan tersebut maka ia tidak terlepas dari faktor-faktor pengendalian terhadap hal-hal tertentu agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan dari ketentuan yang telah disepakati bersama sejak awal. Oleh karena itu, dibutuhkan beberapa langkah dasar dalam proses pengendalian tersebut. Menurut Mochler dalam Stoner James, langkah-langkah dasar tersebut adalah sebagai berikut.

1. Menentukan standar dan metode yang digunakan untuk mengukur prestasi.
2. Mengukur prestasi kerja.
3. Menganalisis apakah prestasi kerja memenuhi syarat.
4. Mengambil tindakan korektif.

Jika langkah dasar tersebut dibuat dalam bagan alur maka dapat dilihat pada alur di bawah ini.



G. Jenis-Jenis Metode Pengendalian

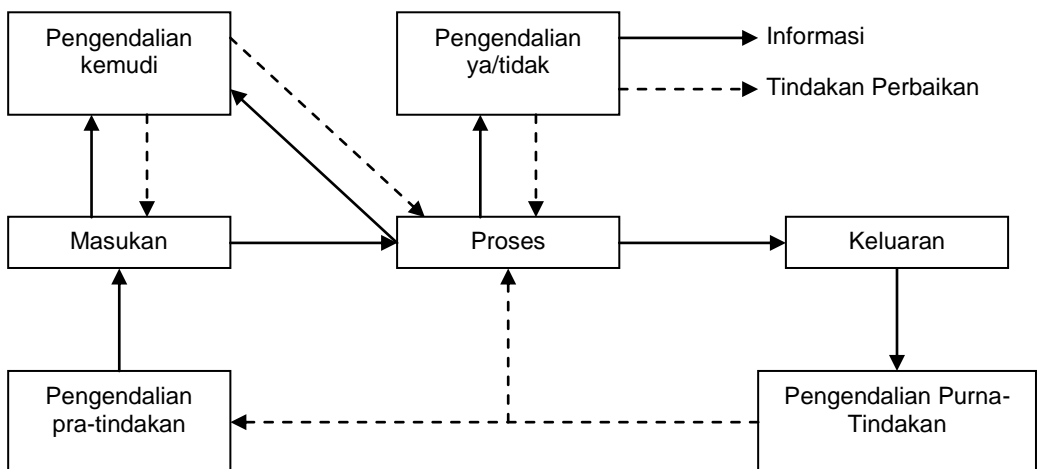
MANAJEMEN SYI'AR



Stoner James, A.F. dan Wankel, Charles (1988) mengelompokkan jenis-jenis metode pengendalian dalam empat jenis di bawah ini.

1. Pengendalian pra tindakan (*pre-action control*)
Suatu tindakan bisa diambil bila sumber daya manusia, bahan, dan keuangan diseleksi dan tersedia dalam jenis, jumlah dan mutu yang tepat.
2. Pengendalian kemudi (*steering controls*) atau pengawasan umpan maju (*feedforward controls*)
Metode ini diperlukan untuk mendeteksi penyimpangan dari beberapa standar atau tujuan tertentu dan memungkinkan pengambilan tindakan koreksi berada di depan. Bila *qiyadah* melihat adanya penyimpangan maka memungkinkan dilakukannya koreksi meskipun kegiatan belum selesai dilaksanakan. Pengendalian ini akan memiliki tingkat efektivitas yang tinggi jika *qiyadah* dapat memperoleh informasi yang akurat pada waktu yang tepat.
3. Pengendalian secara *screening* atau pengendalian ya/tidak (*Screening or yes/no controls*)
Metode ini sangat luas digunakan karena mampu melakukan penelitian ganda, dan metode ini fungsional bila prosedur dan syarat-syarat tertentu disepakati sebelum melakukan kegiatan.
4. Pengendalian Purna-Karya (*Post-Action Controls*)
Metode pengendalian ini digunakan untuk melihat adanya penyimpangan arah dan tujuan perusahaan setelah kegiatan selesai. Pengendalian ini hampir mirip dengan evaluasi yang waktu pelaksanaannya ditetapkan.

Keempat metode tersebut dapat diilustrasikan dalam bentuk bagan alur di bawah ini.



5. Mengevaluasi (*Evaluating*)

Evaluasi merupakan tahapan terakhir yang dilakukan dalam mengikuti alur pelaksanaan suatu kegiatan syi'ar. Kegiatan evaluasi adalah bentuk usaha yang dilakukan ketika pelaksanaan kegiatan telah berlangsung dengan melihat dan mengevaluasi setiap kegiatan syi'ar yang telah dilaksanakan –apakah sesuai dengan perencanaan awal atau bertolak belakang dari kesepakatan dan tujuan kegiatan yang telah ditetapkan semula.

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan, mengetahui pencapaian sasaran, mengembangkan program dan materi kegiatan selanjutnya, menentukan kembali kebutuhan syi'ar di masa yang akan datang, dan untuk melakukan perbaikan-perbaikan ke depan.

Evaluasi harus memiliki patokan-patokan standar untuk mempermudah penilaian. Patokan standar tersebut bisa berupa ukuran kuantitatif (yang bisa dibuat angka) dan ukuran kualitatif (yang harus ditentukan jenisnya). Dengan patokan-patokan ini diharapkan kita bisa lebih fokus.

a. Hal-Hal Penting yang Harus Dievaluasi

Dalam melakukan evaluasi tersebut terdapat beberapa hal penting yang perlu dievaluasi.

- Apakah kegiatan yang dilakukan tepat sasaran dan memenuhi kebutuhan objek dakwah?
- Sarana kegiatan dan kesesuaiannya.
- Waktu dan tempat kegiatan.
- Hasil kegiatan, sejauh mana manfaatnya?
- Kinerja panitia.

b. Pihak yang Mengevaluasi

Pada proses *evaluating* tersebut terdapat pihak-pihak tertentu yang akan mengevaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan. Pihak-pihak tersebut di antaranya adalah:

- Pemantau
- Peserta
- Pihak lain yang terkait
- Panitia

Evaluasi yang dilakukan selanjutnya ditujukan kepada penyelenggara kegiatan agar dapat mengambil langkah-langkah perbaikan untuk kegiatan-kegiatan serupa di masa yang akan datang dan menjadi bahan referensi bagi penyelenggara kegiatan lainnya pada waktu yang berbeda.

c. Bentuk-Bentuk Evaluasi

MANAJEMEN SYI'AR



Evaluasi dilakukan dalam beberapa bentuk, yaitu:

- Secara lisan, misalnya dengan masukan dari pendapat orang lain.
- Secara tertulis melalui form evaluasi khusus atau surat tertulis kepada pihak tertentu.

MANAJEMEN SYI'AR

INTERMEZO

Alur Syi'ar:

POACE dan IPO

Dikenal istilah IPO (Input-Proses-Output) untuk menggambarkan betapa pentingnya mendefinisikan input dan output dalam sebuah proses. Karena memang pada dasarnya setiap “proses” terdapat “input” dan “output” yang berbeda, termasuk proses pentahapan menggunakan POACE. Berikut ini sebuah contoh implementasi nyata POACE menggunakan pendekatan IPO. Agar lebih mudah dipahami, penjelasannya disajikan dengan mengambil contoh pada sebuah penyelenggaraan kepanitiaan penyambutan mahasiswa baru.

No.	Proses	Input	Output
1.	Planning	Ide dan data-data	<ul style="list-style-type: none"> - Pengumpulan masukan: <ol style="list-style-type: none"> 1. Dari Pembina : ke depannya mahasiswa baru akan jauh lebih banyak yang berkonsentrasi pada akademiknya, sentuhlah di sana. Misalnya dengan membuat Gamais Award, sebuah penghargaan untuk mahasiswa muslim yang cerdas akademik juga organisasinya. 2. Dari biro kemahasiswaan ITB : ITB sangat apresiasi dengan Gamais, saran kegiatan dari ITB→ training motivasi, Open House, Asrama Gamais. 3. Dari calon mahasiswa baru : kegiatan yang menarik seperti training dan Asrama gratis, try out, dan info seputar dunia kampus dan Bandung. - Prediksi masa depan: <ol style="list-style-type: none"> 1. Peraturan terbaru ITB : tidak boleh mengeksploitasi mahasiswa baru sebagai sasaran kegiatan unit kegiatan di ITB. 2. Mahasiswa baru menyenangi hal-hal yang berbau akademik. 3. Kebutuhan dasar mahasiswa seperti kebutuhan informasi (tentang ITB dan Bandung),

			<p>kebutuhan akademik (buku, jas lab, kalkulator), dan kebutuhan tempat tinggal (asrama, koskosan) akan menjadi sesuatu yang sangat dicari.</p> <p>4. Kondisi Internal Gamais : konsentrasi kegiatan dialihkan dari yang sebelumnya terkonsentrasi di pusat menuju konsentrasi di fakultas dan program studi.</p> <p>5. Waktu penyambutan mahasiswa baru akan berdekatan dengan Ramadhan, sehingga perlu dipikirkan koordinasinya.</p> <p>6. <i>SWOT analisis</i>.</p>
			<p>- Penentuan kegiatan:</p> <p>Nama kegiatan : LIME (Look Inside My Environment)</p> <p>Tujuan : membantu mahasiswa baru beradaptasi, mengenalkan kehidupan Islam di kampus ITB, membantu mengarahkan mahasiswa baru pada lingkungan yang islami.</p> <p>Kegiatan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CD Interaktif dan Booklet berisi informasi seputar Gamais, Masjid Salman, ITB, dan Bandung. 2. Asrama gamais (bekerja sama dengan alumni). 3. Training motivasi. 4. dll.
2.	Organizing	Output planning dan Data-data	<ul style="list-style-type: none"> - Struktur kepanitiaan (ketua, bendahara, sekretaris, seksi konsumsi, seksi dokumentasi, dll.). - Anggaran dana dan sponsorship. - Timeline . - Proposal kegiatan.
3.	Actuating	Output planning dan	Tindakan nyata.

MANAJEMEN SYI'AR

4.	Controlling	organizing dan data- data Tindakan nyata dan data-data	Hasil kontrol berupa tindakan nyata.
5.	Evaluating	Tindakan nyata	Evaluasi kegiatan .

IV. SUPLEMEN SYI'AR (FUNGSI KEHUMASAN)

1. Publikasi Kegiatan Syi'ar

Yang dimaksud dengan publikasi kegiatan syi'ar ialah penyiaran kegiatan syi'ar tersebut kepada khalayak sesuai dengan sasaran objek dakwah yang telah ditetapkan (misalnya apakah meliputi masyarakat kampus saja, masyarakat sekitar kampus ikut dilibatkan juga, atau memang diperuntukkan bagi masyarakat level lokal daerah bahkan nasional). Penyiaran di sini dapat menggunakan sarana seperti di bawah ini.

- Media-media publikasi yang diproduksi sendiri oleh panitia kegiatan syi'ar yang bersangkutan, misalnya: poster, pamflet, leaflet, baligho, spanduk, dsb.
- Media massa baik cetak maupun elektronik seperti: surat kabar, majalah, televisi, atau radio.
- Pengumuman di tempat-tempat masyarakat umum biasa berkumpul dalam jumlah banyak, seperti: pemberitahuan kegiatan di masjid-masjid baik di masjid kampus maupun masjid besar di lokal daerah masing-masing, atau melalui pemberitahuan keliling (pawai) yang menarik perhatian massa baik di lingkungan kampus sendiri maupun di jalan-jalan di daerah masing-masing.

Berkaitan dengan hal itu, diperlukan beberapa tahap dalam proses publikasi kegiatan syi'ar ini, yaitu:

- Penyusunan rencana publikasi kegiatan, meliputi:
 - pemilihan jenis-jenis media publikasi apa saja yang akan digunakan sehingga kegiatan syi'ar yang bersangkutan dapat tersebar secara luas ke sasaran objek dakwah yang dituju.
 - pembuatan desain publikasi yang akan dimuat di masing-masing media yang telah dipilih sebelumnya. Dalam hal ini, desain yang dimaksud meliputi : materi kegiatan apa saja yang akan dipublikasikan, bagaimana penempatan/*layout*-nya pada masing-masing media publikasi sehingga cukup dapat menimbulkan ketertarikan khalayak untuk datang, bahan apa yang akan digunakan dan bagaimana pula model pewarnaan pada media-media tersebut misalnya *full colour*, dua warna, atau hitam putih.
- Pembuatan media-media publikasi yang diproduksi sendiri oleh panitia kegiatan. Di sini biasanya desain yang sudah dibuat oleh panitia diserahkan kepada pemroduksi media publikasi yang sudah dipilih untuk dikerjakan.

MANAJEMEN SYI'AR

- Penawaran publikasi kegiatan ke media-media massa yang telah dipilih, biasanya dilakukan dalam rangka kerjasama/sponsor.
- Pemilihan tempat untuk pemasangan media publikasi yang telah diproduksi sendiri oleh panitia berikut pengurusan izin ke pihak-pihak berwenang untuk keperluan pemasangan tersebut.
- pengawasan terhadap media-media publikasi yang telah dipasang dan terhadap tayangan/pemuatan oleh media massa sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat.

Dalam proses pemublikasian, kegiatan ini seluruhnya menjadi tanggung jawab divisi/bagian publikasi dari kegiatan tersebut.

2. Pemilihan Materi Publikasi

Salah satu hal penting dari rangkaian publikasi kegiatan syi'ar ialah pemilihan materi untuk dipublikasikan pada media-media publikasi yang telah dipilih. Mengapa penting? Karena lewat pemilihan ini, materi publikasi kegiatan akan disusun sedemikian sehingga publik dapat mengetahui kegiatan syi'ar yang akan diselenggarakan, deskripsinya, dan pada akhirnya termotivasi untuk hadir, bahkan jika mungkin mengajak teman yang lain untuk turut serta hadir. Untuk itu, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penyusunan materi untuk publikasi.

- **Even/kegiatan apa yang hendak dipublikasikan**

Dilihat dari bentuknya, even/kegiatan syi'ar yang akan diselenggarakan oleh sebuah LDK dapat berupa salah satu berikut.

- **Seminar**

Kegiatan ini menghadirkan satu atau lebih pembicara dengan mengangkat sebuah tema. Setiap pembicara, biasanya, menyampaikan paparannya secara formal (misalnya lewat pidato/ceramah) yang sudah terlebih dahulu disusun dalam sebuah makalah. Makalah ini pada awal acara dibagikan terlebih dahulu kepada peserta sehingga peserta bisa membacanya dan mengikuti paparan pembicara secara lebih mudah.

- **Talkshow**

Kegiatan ini menghadirkan satu/lebih pembicara dengan mengangkat sebuah tema yang dikemas lewat sebuah dialog/diskusi, dan disertai dengan diskusi/sesi tanya jawab. Penyajian acaranya tidak se-formal seminar. Di sini pemandu acara (moderator) mengatur jalannya dialog antara pembicara sehingga keterkaitan antara tiap-tiap pembicara dapat terbangun sesuai dengan tema yang diangkat. Dengan demikian,

moderatorlah yang lebih aktif dan berhak membatasi/menyelesaikan penyampaian pembicara.

- **Pameran/bazar/expo**

Kegiatan ini mengundang pihak-pihak luar yang terkait dengan tema acara expo tersebut dengan maksud memamerkan barang-barang produksi, jasa, atau instansi/lembaga mereka. Temanya bisa bermacam-macam, mulai dari produk-produk ekonomi Islam, pendidikan Islam, kebudayaan Islam, jasa sosial Islam, dsb. Partisipasi pihak terkait adalah dalam bentuk pengisian stand.

- **Konser Nasyyid**

Kegiatan ini merupakan acara pentas seni Islam/untuk menyiarkan kesenian yang islami.

- **Bedah buku**

Kegiatan ini mirip dengan seminar. Hanya saja tema yang diangkat berasal dari sebuah judul buku, dibedah oleh pembicara yang biasanya adalah pengarang buku, penerjemah buku, pemberi kata pengantar, atau pembicara lain yang berkompetensi di bidang yang terkait dengan tema buku.

Jenis even yang akan diselenggarakan harus dipastikan terlebih dahulu, kemudian baru disebutkan hal-hal berikut.

- Even yang dimaksud disebutkan dengan menggunakan nama komersilnya. Nama komersil di sini ialah nama yang layak jual dan dapat menimbulkan ketertarikan pengunjung, biasanya berupa kata-kata yang singkat, mudah diingat, merepresentasikan even yang dimaksud dan dikemas dalam bahasa yang familiar.
- Selain itu, perlu pula disampaikan tema besar dari even ybs sehingga publik memiliki gambaran yang akan didapatkannya dengan mengikuti kegiatan ini.
- Pengisi acara harus disebutkan karena merupakan salah satu nilai jual acara yang menentukan. Oleh karena itu, pemilihan pengisi acara sebelumnya harus dipertimbangkan dengan matang. Selain kompetensi, popularitas pembicara juga harus diperhatikan.
- Latar belakang diselenggarakannya even tersebut. Ada beberapa latar belakang yang biasanya mendasari diselenggarakannya sebuah even.
 1. Pewacanaan dan penyadaran kepada masyarakat.
 2. Kebutuhan masyarakat terkait dengan kondisi terkini.
 3. Memperkenalkan sesuatu hal yang baru.

4. *Fund raising*. Tidak akan diungkapkan dalam media publikasi namun latar belakang tersebut hendaknya menjiwai bentuk isi dan desain publikasi.

Seberapa detail latar belakang acara ini diungkap, sangat tergantung pada jenis media publikasi yang digunakan. Untuk media publikasi seperti poster, pamflet, leaflet, spanduk, dan baligho, latar belakang yang diungkap cukup sekilas saja, dalam bahasa yang singkat, namun jelas. Tapi untuk media seperti booklet dimungkinkan untuk disampaikan secara detail.

- Waktu dan tempat penyelenggaraan acara.
- Harga tiket/infak yang harus dibayarkan oleh khalayak jika ingin hadir pada acara tersebut (jika ada).
- Segmentasi pengunjung yang ingin dihadirkan pada acara tersebut perlu pula ditegaskan, yakni apakah memang diperuntukkan bagi khalayak umum atau ditujukan untuk segmen tertentu saja.

- **Urgensi diselenggarakannya even tersebut**

Yang dimaksud dengan urgensi di sini ialah keunggulan yang ditawarkan oleh even yang bersangkutan, yang tidak terdapat pada even-even lain yang sejenis yang pernah diselenggarakan sebelumnya. Dengan keunggulan ini diharapkan khalayak dapat memiliki motivasi lebih untuk hadir selain melalui tema, pembicara, dan latar belakang even yang sudah disebutkan sebelumnya. Dalam penyampaian, upayakan untuk mengemasnya dalam kata-kata yang sederhana, singkat, unik, dan mudah untuk diingat.

- **Faktor yang membuat even tersebut berbeda dengan yang lain**

Keunggulan yang dimaksud pada poin sebelumnya, dikemukakan dalam bentuk faktor-faktor yang membuat even ybs berbeda dengan even sejenis yang lain. Dalam hal ini, faktor-faktor tersebut diarahkan pada keuntungan yang mungkin didapatkan oleh pengunjung yang hadir pada acara tersebut. Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyampaian faktor-faktor tersebut.

- Perhatikan siapa target pengunjung atau *audience* kita, pelajari karakteristiknya. Jika Anda adalah *target person* tersebut, kira-kira keuntungan apakah yang membuat Anda tertarik?
- Kemaslah faktor-faktor tersebut dalam bahasa yang singkat, sederhana namun menarik.
- Dalam menyampaikan, tetaplah berusaha untuk objektif. Dengan kata lain, sampaikanlah promosi tersebut dengan cara yang tidak melebihi-lebihkan/sesuai dengan apa yang kita mampu berikan.

3. Media Publikasi

Secara umum, media publikasi yang dapat digunakan untuk mempromosikan sebuah kegiatan dapat dibedakan atas dua bagian sbb.

- **Media massa cetak maupun elektronik**

Beberapa bentuk media publikasi yang mungkin dimanfaatkan adalah sebagai berikut.

- **Stasiun radio**

Biasanya kesepakatan yang diajukan ketika menggaet media publikasi ini ialah melalui **“barter promo”** yaitu pencantuman logo radio pada spanduk acara, leaflet dan pamflet. Sebagai kompensasinya, stasiun radio tersebut bersedia menyiarkan/mempromosikan acara ybs selama jangka waktu tertentu. Lewat sarana ini, bentuk publikasi yang mungkin digunakan dikemas dalam bentuk sbb.

1. Iklan

Pada bentuk ini, acara yang hendak dipublikasikan disiarkan ke khalayak dalam bentuk sepenggal dialog, atau sebuah pemberitahuan biasa yang diselingi dengan musik sebagai *background*-nya. Bentuk ini membutuhkan proses produksi khusus di studio stasiun radio ybs. Karena itu, biasanya pihak panitia akan dikenai biaya pembuatannya. Biaya tersebut kemudian dimasukkan ke dalam kesepakatan “barter promo” dengan ketentuan tertentu, yakni hendak dibayarkan dalam bentuk uang langsung, atau dimasukkan ke dalam biaya sponsorship sehingga memperbesar kontribusi stasiun radio tersebut sebagai sponsor.

2. Jingle

Pada bentuk ini, acara akan disiarkan ke khalayak di sela-sela acara tertentu oleh penyiar yang sedang on-air pada saat itu. Oleh karena itu, tidak dibutuhkan proses produksi khusus karena lebih banyak mengandalkan kemampuan improvisasi penyiar ybs.

Kedua bentuk publikasi melalui radio tersebut biasanya mensyaratkan materi acara yang hendak dipublikasikan untuk disampaikan terlebih dahulu kepada mereka.

Adapun mengenai proses barternya, sangat tergantung pada standar harga iklan dan jingle di stasiun radio ybs untuk setiap kali tayang pada durasi tertentu, berapa kali ditayangkan dalam satu harinya, dan hendak disiarkan pada waktu kapan saja. Parameter harga tersebut kemudian dijumlahkan seluruhnya dan disesuaikan hasilnya dengan kategori sponsor/donatur yang sudah ditetapkan pada proposal.

- **Stasiun Televisi**

Pada media ini, digunakan pula sistem barter promo. Tentang bentuk publikasi yang ditawarkan, tidak jauh berbeda dengan tawaran bentuk publikasi di stasiun radio. Hanya saja, di sini tidak dikenal jingle. Sebagai gantinya biasanya terdapat pemberitahuan dalam bentuk iklan layanan masyarakat. Di sini, sebuah kegiatan disiarkan melalui iklan dalam bentuk tulisan seperti pamflet yang diselengi dengan musik.

Bentuk iklan layanan masyarakat ini biasanya lebih sering ditawarkan kepada kegiatan-kegiatan dimana pihak stasiun televisi ybs bersedia menjadi sponsornya. Sebab bentuk iklan ini tidak membutuhkan biaya produksi yang biasanya berskala jutaan. Namun, slot tayangnya memang tidak dapat dipilih oleh pihak panitia, tetapi ditetapkan oleh pihak stasiun televisi. Biasanya ditempatkan pada waktu-waktu setelah tayangan berita, pada waktu malam hari, atau pada waktu pagi hari sekali; bukan pada waktu *prime time*. Tidak strategis memang, namun kebanyakan pemirsa televisi sudah mengetahui waktu-waktu tersebut sebagai porsi iklan layanan masyarakat.

Jika ingin ditayangkan dalam bentuk iklan seperti kebanyakan atau jika bentuknya masih berupa iklan layanan masyarakat namun ditayangkan pada waktu utama, maka pihak panitia harus membayar sejumlah biaya tertentu sebagai kompensasi atas biaya produksi dan/atau tarif penayangannya pada saat waktu utama. Biasanya jumlah yang harus dibayarkan relatif cukup besar. Karena itu, opsi ini jarang dimanfaatkan oleh kegiatan-kegiatan sosial termasuk kegiatan syi'ar.

- **Surat kabar, majalah, atau tabloid**

Di sini publikasi kegiatan dilakukan melalui iklan yang ditayangkan pada media-media tersebut. Pada surat kabar dan tabloid, iklan yang ditayangkan memiliki harga tertentu yang ditentukan berdasarkan jumlah barisnya dan letak pencantuman iklan tersebut. Tiap-tiap surat kabar memiliki tarif yang berbeda-beda untuk setiap barisnya. Namun yang pasti, pencantuman di bagian depan dan belakang surat kabar membutuhkan biaya paling tinggi (lokasi utama). Semakin ke bagian dalam dari surat kabar ybs maka biaya yang harus dikeluarkan semakin murah menurut letaknya. Tentang warna yang digunakan, biasanya berupa warna hitam-putih. Memungkinkan jika diinginkan menggunakan beberapa warna, namun jelas akan semakin mahal.

Pada majalah, biasanya sudah terdapat ukuran iklan standar seperti iklan ukuran $\frac{1}{2}$ halaman, $\frac{1}{4}$ halaman, atau 1 halaman penuh. Di samping

itu, pada majalah dimungkinkan menggunakan warna lebih dari satu, tentu saja dengan biaya yang lebih mahal.

- **Media buatan panitia kegiatan**

Beberapa bentuk media yang sering digunakan adalah :

- **Baligho**

Media publikasi ini berukuran besar (biasanya berukuran 4x3 meter atau 4x6 meter) dan terbuat dari kain. Karena itu relatif lebih “eye catching”. Pemasangannya biasanya membutuhkan jalinan bambu sebagai penyangganya. Di baligho ini termuat lengkap informasi tentang acara, mulai dari nama dan bentuk acara, pengisi acara, tempat acara, waktu acara, harga tiket, penyelenggara acara dll.).

- **Spanduk**

Media publikasi dari kain, berukuran cukup besar (biasanya berukuran 1x6 meter atau 1x4 meter). Karena tidak sebesar baligho, maka informasi yang disampaikan tentang acara lebih terbatas dan dituliskan dalam huruf-huruf yang relatif lebih kecil.

- **Poster**

Media publikasi dari kertas berukuran A3. Informasi yang termuat di poster sama dengan baligho dan spanduk tapi hurufnya lebih kecil/menyesuaikan dengan ukuran kertas. Biasanya, pewarnaan dapat dipilih sesuai kondisi keuangan yang ada: *full colour*, dua warna dengan/tanpa separasi, atau satu warna saja. Begitu pula bahan kertasnya, bisa berupa kertas biasa atau jenis art paper yang terlihat lebih mengkilap (mirip dengan bahan dasar sampul majalah). Selain tulisan, pada poster ini dapat pula ditambahkan gambar-gambar/ilustrasi yang menunjang, tetapi tentu saja mengharuskan adanya biaya tambahan.

- **Pamflet**

Media publikasi berukuran kertas A4. Mirip seperti poster, namun lebih dominan berupa tulisan tentang deskripsi acara.

- **Leaflet**

Media publikasi ini berisi deskripsi singkat acara dalam bentuk kertas kecil-kecil.

- **Brosur dan booklet**

Media publikasi ini dapat digunakan untuk memaparkan deskripsi acara secara lebih detil. Lebih dominan berupa tulisan dan biasanya disertai juga dengan formulir pendaftaran pengunjung untuk acara-acara seperti seminar. Untuk brosur, ukuran kertasnya ialah sebesar kertas A4.

Namun untuk membagikan penyajiannya, brosur biasanya dilipat dalam aturan tertentu yang menarik, biasanya berbentuk seperti buletin. Sementara itu, untuk booklet, memang disusun seperti berbentuk buku tipis.

4. Pemilihan Media

Dari sejumlah media publikasi yang dikemukakan di atas, tentu tidak semuanya dipilih untuk dimanfaatkan. Untuk itu perlu dilakukan pemilihan sehingga kegiatan syi'ar yang akan diselenggarakan dapat tersiar secara efektif ke publik dengan tetap menghemat biaya pengeluaran. Adapun hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam melakukan pemilihan media publikasi ialah sbb.

- **Bentuk dan tujuan kegiatan yang akan diselenggarakan**

Misalnya bentuk kegiatan yang akan diselenggarakan ialah konser nasyid/pentas seni untuk pengumpulan dana kemanusiaan, maka dibutuhkan banyak media publikasi sehingga berita tentang kegiatan ini tersebar secara luas dan dihadiri oleh banyak pengunjung. Oleh karena itu, digunakan media publikasi mulai dari spanduk, baligho, poster, leaflet, siaran melalui radio, dan iklan melalui majalah serta surat kabar. Untuk pamflet, karena hampir mirip seperti poster, maka pamflet tidak lagi digunakan. Siaran melalui televisi, jika lingkup pengunjung yang hadir hanya lokal daerah tertentu maka juga tidak terlalu dibutuhkan. Adapun booklet/brosur karena acara ini bukan bertujuan menarik massa dengan menyetujui terlebih dahulu konsep detil yang melatarbelakanginya, tidak perlu dibuat pula. Jika bentuk kegiatan yang akan dilakukan berupa seminar atau pameran mungkin media publikasi seperti booklet/brosur cocok untuk digunakan.

- **Target pengunjung atau *audience* kegiatan**

Jika target pengunjung kegiatan ini hanya masyarakat kampus saja, maka yang digencarkan ialah media-media publikasi buatan panitia seperti spanduk, baligho, pamflet, leaflet, poster, dsb. Media-media yang memanfaatkan siaran radio dan televisi tidak perlu digunakan, terkecuali jika di kampus tersebut terdapat stasiun radio kampus yang dikelola mahasiswa kampus tersebut. Begitu pula dengan media publikasi di surat kabar dan tabloid, terkecuali jika memang terdapat tabloid kampus misalnya.

Selain segmentasi target pengunjung yang diharapkan hadir pada kegiatan tersebut, penting pula untuk mempertimbangkan selera dan karakteristik pengunjung. Contohnya, jika target pengunjungnya adalah kaum muda yang 'gaul' mungkin yang cocok adalah melalui siaran radio.

- **Rentang waktu publikasi yang dimiliki**

Semakin lama rentang waktu publikasi yang dimiliki maka akan semakin banyak media publikasi yang mungkin digunakan. Dengan banyaknya media publikasi yang digunakan diharapkan khalayak teryakinkan bahwa kegiatan ybs benar-benar dipersiapkan secara matang oleh panitia.

Berbeda jika kegiatan yang akan diselenggarakan tidak lama lagi. Pada kasus seperti ini, yang lebih digencarkan ialah publikasi lewat leaflet, dan pamflet sederhana dari kertas koran sehingga langsung diserahkan ke calon pengunjung dan terbaca di mana-mana.

- **Dana**

Jika dana yang tersedia terbatas, maka yang lebih digencarkan adalah media-media publikasi yang langsung dapat sampai ke tangan publik seperti pamflet dan leaflet. Bahannya tidak perlu dipesankan melalui percetakan khusus, tetapi cukup dibuat sendiri dengan bantuan komputer, lalu *diprint* ke atas kertas dan diperbanyak. Bisa juga hasil *print*nya dijadikan master untuk diperbanyak dengan cara mencetak. Cara lain dengan memanfaatkan kertas koran atau kertas-kertas bekas yang disambung-sambungkan menjadi kertas yang agak besar lalu dituliskan dengan menggunakan spidol atau *stemped* tentang acara yang akan diselenggarakan.

- **Efektivitas**

Efektivitas di sini, mempertimbangkan beberapa hal sbb.

- Apakah media publikasi yang dipilih dapat sampai ke publik?
- Apakah tidak terjadi tumpang tindih dalam hal pemilihan media?
- Apakah dana yang digunakan benar-benar dapat dihemat dengan tanpa mengabaikan tersampainya informasi acara ke publik?

5. Desain Publikasi

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam masalah desain publikasi adalah sebagai berikut.

- Desain yang dibuat hendaknya kreatif dan inovatif. Kalau bisa desain yang dipilih mampu memunculkan sebuah ikon baru sebagai asosiasi antara kegiatan syi'ar yang akan diselenggarakan dengan tema dan tujuannya. Dengan asosiasi ini publik akan menjadi mudah teringatkan setiap kali melihat bentuk-bentuk publikasi kegiatan ybs yang sudah dipasang.

MANAJEMEN SYI'AR

- Disesuaikan dengan karakter even kita dan karakter *audience* kita.
- Hal yang penting lainnya: warna, ukuran, desain gambar & tulisan, informasi, gaya penyampaian, waktu dan lama tayang.

6. Penempatan

- audio
- waktu tayang (dalam acara apa?),
- lama waktu penayangan,
- visual,
- tempat (strategis, mudah terlihat, bergengsi, dekat dengan *audience*, banyak),
- audio visual,
- waktu tayang (dalam acara apa?),
- lama waktu penayangan.

7. Manajemen Kepanitiaan

1. Hal-Hal Penting dalam Manajemen Kepanitiaan

Kepanitiaan merupakan bagian penting dari kegiatan syi'ar. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam manajemen kepanitiaan antara lain sbb.

1. Tujuan

Kegiatan yang diadakan harus mempunyai tujuan yang jelas. Bentuk dan konsep acara harus sesuai dengan tujuan.

2. Momen

Kegiatan syi'ar sebaiknya dapat memanfaatkan momen yang tepat, sehingga pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan lebih baik, di samping itu terkadang sebuah LDK harus bisa menciptakan momen jika diperlukan.

3. Kondisi dan kebutuhan kampus

Kondisi dan kebutuhan kampus sangat mendukung keberhasilan kegiatan, oleh sebab itu hal ini harus menjadi pertimbangan ketika merencanakan suatu kepanitiaan. Kondisi dan kebutuhan kampus turut mempengaruhi keberhasilan dan pencapaian sasaran dari sebuah kegiatan. Hal ini erat kaitannya dengan pengangkatan tema suatu kegiatan.

4. Waktu

- Pembentukan kepanitiaan harus jauh-jauh hari sebelum hari "H", sehingga persiapannya matang.

- Kegiatan harus bisa memanfaatkan waktu-waktu dimana mahasiswa lebih berpeluang untuk hadir, misal: mengadakan kajian muslimah di saat jumatatan, dan sebagainya.
- Pengaturan waktu yang baik, diusahakan menepati waktu yang sudah direncanakan, disamping menunjukkan profesionalitas kerja, hal ini juga dapat mempengaruhi kepercayaan dari objek.

5. Sumber daya manusia

Orang-orang yang terlibat dalam kepanitiaan bisa dari pengurus sendiri atau membuka rekrutmen dari luar. Pembagian tugas harus jelas dan merata, jangan sampai pembagian kerja yang tidak bijaksana mempengaruhi kinerja panitia. Dan untuk penanggung jawab pilih orang yang amanah. Agar kerja maksimal perhatikan juga adanya amanah-amanah lain dari orang yang diberi amanah.

6. Pendampingan dan penjagaan (SC)

Hal ini perlu untuk pengkondisian, menjaga semangat dan ruhiyah panitia kalau perlu juga diadakan pertemuan khusus untuk panitia yang berfungsi untuk mengisi ruhiyah misalnya dengan pengadaan *Parade Tausiyah*.

7. Jaringan keluar atau pelibatan lembaga lain

Hal tersebut merupakan salah satu bentuk pendekatan ke objek dakwah, misalnya kerjasama dalam program tertentu, selain itu keterlibatan dari suatu instansi juga menjadi salah satu daya tarik dari suatu kegiatan.

8. Dana

Meliputi alokasi dana, sumber dana, pertanggungjawaban terhadap donatur atau sponsor.

- Publikasi (konsep marketing).
- Bagaimana kita bisa menjual produk dan bisa menarik objek sebanyak-banyaknya, pemasangan publikasi diusahakan jauh-jauh hari dari hari “H” maksimal 1 bulan atau 1 minggu sebelum hari “H”. Hal ini biasanya disiasati dengan pewacanaan awal kegiatan yang membuat objek penasaran, pemasangan di tempat-tempat strategis yang banyak dilalui orang.

9. Koordinasi dan sosialisasi

Koordinasi dan sosialisasi antar panitia harus baik, tiap panitia harus saling mendukung, dan melaksanakan perannya dengan sebaik-baiknya demi kelancaran kepanitiaan, selain itu konsolidasi antar panitia harus sering dilaksanakan baik secara personal maupun dalam bentuk forum.

10. Evaluasi dan *follow up*

Kegiatan yang diadakan harus ada tindak lanjutnya untuk perkembangan dakwah yang lebih baik ke depan.

2. Momen-Momen Penting

Momen-momen penting yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan syi'ar di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Penerimaan mahasiswa baru, hal ini dikarenakan pada saat awal masuk dunia kampus, secara tidak langsung akan terjadi perubahan dalam diri mahasiswa baru tersebut. Oleh karena itu momen ini sangat tepat untuk memasukkan nilai-nilai kepada mereka terutama nilai-nilai keislaman.
2. Satu Muharram, misalnya Gempita (GEMA Muharam Penuh cInTA). Momen ini diambil sebagai wujud kegiatan untuk mengingatkan dan menunjukkan bahwa Islam memiliki tahun baru. Selain itu, untuk menghilangkan kesan hedonis yang biasa dilakukan pemuda atau pemudi pada tahun baru Masehi.
3. Ramadhan, sebagai momen yang tepat untuk meningkatkan ruhiyah dan fisik, misalnya melalui kegiatan GEMAR (Gema Ramadhan Kampus). Selain itu, momen Ramadan biasanya dipenuhi kesan keagamaan bagi semua muslim.
4. Idul Adha, untuk memupuk semangat berkorban, misalnya melalui P3I (Panitia Pelaksana Program Idul Adha), juga untuk kembali mengingatkan kisah atau cerita antara Nabi Ibrahim dan Nabi Ismail yang menggambarkan ketaatan pada Allah.
5. Idul Fitri, hal ini menunjukkan bahwa Islam memiliki waktu-waktu istimewa terutama setelah berpuasa selama satu bulan yang merupakan gambaran perjuangan seorang muslim.
6. Isra' Mi'raj, momen ini dapat dimanfaatkan untuk mengingatkan kembali tentang sejarah Isra' Mi'raj sendiri yang merupakan salah satu bukti kebesaran dari Allah.
7. Maulid nabi, momen yang tepat untuk menggambarkan tentang kesempurnaan Nabi Muhammad terutama tentang sejarah kelahirannya.
8. Hari Kartini, misalnya TIRAM (Kartini Era Milenium), karena bagaimanapun sebagai seorang wanita Indonesia, Ibu Kartini adalah seorang pejuang wanita

tetapi dalam kegiatannya mengarah pada sisi-sisi wanita Islam atau muslimah sehingga tidak terkesan mengangkat feminisme.

9. Hari libur Sabtu dan Minggu, momen ini tepat sekali untuk kampus-kampus yang memiliki waktu kuliah hanya 5 hari, terutama untuk kegiatan yang mengacu ke alam untuk menyegarkan kembali pikiran yang dikemas dalam suasana keislaman. Selain itu, bisa diadakan kajian-kajian ringan yang bisa diikuti oleh siapa saja yang tidak terbatas hanya untuk anggota LDK saja.
10. Wisudaan, biasanya momen ini dimanfaatkan untuk pemberian ucapan selamat kepada para wisudawan misalnya dengan pemberian kartu ucapan.

8. Merekayasa Pasar

Dalam pelaksanaan kegiatan syi'ar di kampus, pada umumnya, perencanaan tentang kegiatan yang akan dilakukan lebih didasarkan pada kebutuhan seperti apa sebenarnya yang diinginkan oleh masyarakat kampus. Hal ini sangat bergantung sekali pada kecenderungan/*trend* yang berkembang saat itu, momen yang sedang terjadi, atau isu yang sedang hangat dibicarakan. Lalu dibuatlah sebuah kegiatan syi'ar untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dengan mengambil tema tertentu.

Sebuah contoh mungkin bisa memberikan gambaran yang lebih jelas. Misal, pada saat awal semester kuliah, mungkin sangat tepat jika Rohis di sebuah fakultas tertentu mengeluarkan kumpulan soal-soal UTS tahun ajaran yang lalu. Kumpulan soal-soal ini sudah dimodifikasi sedemikian rupa sehingga akan selalu ditemukan tausiyah-tausiyah islami pada setiap lembarnya. Harapannya, ada tambahan nilai-nilai Islam yang selalu teringatkan, dan tersampaikan pada pembaca soal tersebut sehingga mereka dapat tergugah untuk mulai mendekat dan bergabung dengan aktivitas keislaman di sekitarnya.

Contoh lain misalnya diambil pada bulan Ramadhan. Siapapun tahu, pada bulan ini, dorongan untuk mendekat dengan ajaran Islam sedemikian kondusifnya. Karena itu, dirancanglah rangkaian program pelayanan Ramadhan untuk masyarakat kampus. Bentuknya bisa berupa: penyelenggaraan kegiatan seri kajian Ramadhan yang dilaksanakan setiap pekan, penyelenggaraan tahsin Al-Qur'an gratis di setiap jurusan, penghimpunan dana sosial Ramadhan, buka puasa bersama, dan sebagainya.

Selain dengan cara-cara di atas, perlu juga dipikirkan bagaimana membuat arus baru untuk diwujudkan dalam sebuah kegiatan syi'ar kampus. Lewat arus baru ini, berarti kitalah yang sengaja membuat isu baru tentang nilai Islam tertentu yang akan ditanamkan, kemudian kita lemparkan isu tersebut ke massa kampus, dengan harapan mereka akan menerima dan mau menjadi bagian yang mendukung nilai-nilai itu. Untuk itu, yang sebenarnya harus dilakukan ialah

MANAJEMEN SYI'AR

bagaimana memenangkan wacana publik dengan nilai-nilai Islam yang hendak kita sebarakan.

Apa yang dimaksud dengan memenangkan wacana publik? Yang dimaksud dengan memenangkan wacana publik ialah seni tentang bagaimana mempengaruhi dan menyusun kerangka pemikiran masyarakat, atau bagaimana membuat mereka berpikir dengan cara yang kita inginkan, atau bagaimana mereka mempersepsikan sesuatu dengan lensa yang kita kenakan kepada mereka. Dalam proses ini, intinya ialah:

- Bagaimana kita mampu menyampaikan nilai-nilai Islam itu kepada massa?
- Kemudian bagaimana mempengaruhi mereka untuk mau menjadikan nilai-nilai itu sebagai bagian dari cara berpikir mereka sehingga mereka tidak malu-malu lagi untuk bertindak dengan nilai-nilai Islam tersebut.

Agar kegiatan syi'ar bisa menjadi sarana untuk memenangkan wacana publik, maka seharusnya kegiatan syi'ar yang diselenggarakan mampu memanfaatkan seluruh media yang tersedia secara optimal. Untuk itu, ada enam prasyarat yang harus dimiliki dan dioptimalkan oleh LDK sebagai penyelenggara kegiatan syi'ar.

1. Kuasai kerangka pemikiran Islam

Apa yang hendak disampaikan melalui kegiatan-kegiatan syi'ar LDK sebenarnya terletak pada hal ini. Adapun kesulitan dalam menentukan muatan syi'ar selama ini bisa jadi memang dikarenakan si penyelenggara kegiatan syi'ar miskin akan wacana, atau belum memiliki struktur pemikiran yang solid tentang Islam itu sendiri. Sebab, salah satu parameter yang menunjukkan seberapa kuat struktur pemikiran seseorang tentang nilai-nilai yang dianut bisa dilihat dari sejauhmana kemampuan dirinya dalam membahasakan nilai-nilai tersebut. Semakin jelas pemahamannya terhadap ajaran-ajaran Islam maka akan semakin sempurna cara yang diambil dalam membahasakan ajaran-ajaran tersebut.

Adapun yang menjadi tujuan dari menguasai kerangka pemikiran Islam ini adalah bagaimana menjadikan diri kita memiliki cara pandang, metode, pola pikir, dan orientasi tentang hidup dan kehidupan ini sesuai dengan perintah Allah dan Rasul-Nya yang sebenar-benarnya. Setelah hal tersebut kita miliki maka menjadi tugas kitalah untuk menyebarkannya kepada orang lain, salah satunya melalui kegiatan syi'ar di kampus. Dengan kata lain, menjadikan diri dan orang lain sebagai hamba Allah semata dengan ber-ittiba' kepada Rasulullah haruslah senantiasa menjadi nafas dari syi'ar Islam kita.

Untuk menyampaikan pemikiran ini kepada massa kampus dapat dipilih wacana-wacana tertentu yang akan dilempar ke massa kampus dengan misalnya membaginya ke dalam beberapa kelompok, yaitu:

1. Kelompok dasar-dasar keislaman.
2. Pengembangan diri.
3. Dakwah dan pemikiran.
4. Sosial kemasyarakatan.

Salah satu syarat dalam pengembangan kerangka pemikiran ini adalah bahwa kita harus berada pada sumber-sumber pemikiran keislaman yang khos dalam halaqah-halaqah ilmu. Selain itu dibutuhkan pula kemampuan akses kita kepada sumber-sumber lain.

2. Mempelajari bagaimana objek dakwah kita berpikir

Sebelum merumuskan 'bahasa' yang akan dipergunakan untuk menyampaikan kerangka pemikiran yang islami itu kepada massa kampus, penting untuk diketahui bagaimana cara mereka berpikir. Untuk itu, kita bisa melihatnya dengan memperhatikan bagaimana setiap orang/kelompok itu bereaksi dan bersikap terhadap suatu masalah. Sebab, lewat cara itulah mereka akan memantulkan isi pikiran dan jiwanya, konsep dan mentalnya, orientasi dan semangatnya, atau dengan kata lain: identitas kepribadiannya. Di sini akan terlihat bahwa terdapat keragaman cara berpikir mulai dari yang reaktif, proaktif, rasional, intuitif, emosional, ideologis, pragmatis, pesimis, optimis, dsb.

Untuk bisa melihat keragaman tersebut maka ada dua cara yang bisa kita pergunakan, yakni:

- a. Secara kuantitatif, dengan dialog atau angket kepada massa kampus.
- b. Secara kualitatif, dengan melihat fenomena-fenomena yang bisa kita raba lewat panca indera kita.

Tujuan dari hal ini semua ialah semata-mata agar kita bisa memahami pola pikir mereka sehingga dapat dirancang sebuah kegiatan syi'ar melalui proses dialog yang konstruktif, bukan saling menghakimi atau malah terkesan menggurui.

Pada umumnya, melalui proses ini, massa kampus dapat dikelompokkan atas beberapa kategori.

a. Oportunis pragmatis

Yaitu kelompok yang menjalani hidupnya dengan senang-senang (*having fun*). Kelompok ini biasanya mengutamakan berpikir "asal gue senang". Termasuk di dalamnya ialah kaum muslim di kampus yang bukan karena kristenisasi langsung tapi sudah berada di tepi jurang kemurtadan.

MANAJEMEN SYI'AR

Biasanya mereka jarang melaksanakan shalat, tidak berpuasa ramadhan, dan alasannya ialah karena malas.

b. Kelompok ideologis kiri

Kelompok ini biasanya ditandai dengan gaya berpikir mereka yang khas yang mengusung ide sosial demokrasi, sosialis dan sejenisnya. Mereka sebenarnya sama-sama mengharapkan kebaikan bagi masyarakat, namun kebaikan yang mereka impikan diyakini akan terwujud dengan mengimplementasikan ideologi mereka.

c. Kelompok antipati

kelompok ini memandang Islam dengan pandangan yang negatif bahkan mengharapkan kehancuran Islam. "Asal bukan Islam", itulah cara mereka berpikir.

d. Kelompok hanif

kelompok ini berusaha mencari makna hidup dengan jujur dan membandingkan berbagai konsep hidup baik dari Islam atau selainnya.

e. Kelompok rasionalis Islam

Kelompok ini lebih memandang Islam sebagai konsumsi akal saja, sebatas wacana, atau filsafat.

f. Kelompok emosional Islam

Kelompok ini memiliki keterikatan secara emosi dengan Islam, mulai memaknai hidup dengan Islam, senang membaca buku-buku Islam, dan cenderung reaktif dalam menyikapi permasalahan umat. Namun dalam interkasinya mereka lebih maju beberapa langkah dari kelompok hanif.

g. Kelompok ideologis kanan

Kelompok ini juga menginginkan kebaikan dengan pemahaman yang mereka miliki. Terhadap kelompok ini hendaknya kita saling berkerjasama dalam hal-hal yang disepakati dan bertoleransi dalam beberapa hal perbedaan.

3. Menentukan pintu masuk ke dalam objek dakwah

Pintu masuk di sini meliputi seluruh pintu masuk yang ada di dalam diri manusia, yakni hati, akal, dan jasad. Oleh karena itu, kegiatan-kegiatan syi'ar yang akan dijalankan seharusnya dapat mengakomodasi ketiga unsur ini. Misalnya, agar dapat menyentuh hati dan akal maka pendekatan yang dilakukan seharusnya bersifat simpatik dan argumentatif. Selain itu, pendekatan melalui jasad dapat dilakukan melalui aktivitas olahraga bersama dsb.

Dalam hal ini, ada dua hal yang harus diperhatikan.

a. Mengemasnya sesuai kebutuhan massa

Pada poin ini diharapkan agar kegiatan yang akan dilaksanakan tidak semata-mata berangkat dari asumsi kita terhadap kebutuhan objek, tetapi memang kebutuhan riil dari objek. Atau diambil paradigma lain, yakni bagaimana kita bisa mengemasnya sehingga membuat objek merasa butuh dengan kegiatan syi'ar kita, seperti iklan tentang suatu produk yang membuat orang merasa butuh padahal sebenarnya tidak.

b. Menghantarkannya ke massa

Titik tekan pada poin ini ialah bagaimana agar produk syi'ar itu bisa dihantarkan sehingga jangkauannya menjadi lebih luas, tidak hanya terbatas pada orang-orang yang mau meluangkan waktu dan tenaga saja. Sebab, di sini, cakupan dakwah yang seharusnya dilakukan ialah meliputi dakwah massal.

4. Memilih format bahasa yang sesuai dengan situasi objek dakwah

Sebenarnya, dalam pembahasaan opini terdapat sebuah kaidah penting, yakni bahwa “kebanyakan orang berpikir sederhana”. Namun karena kesalahan pembahasaan, seringkali pekerjaan membentuk opini ini menjadi gagal. Ini terjadi karena kita menggunakan bahasa yang tidak sesuai dengan bahasa objek sehingga akibatnya sering ‘tidak nyambung’.

Oleh karena itu, biasanya kita dapat membahasakan Islam kepada kampus dengan bahasa-bahasa yang sudah menjadi milik umum seperti keadilan, kebebasan, kesetaraan, keberanian, keindahan, intelektualitas, kebersihan, partisipasi, dan sebagainya.

5. Berbicaralah pada saat yang tepat

Berbicara pada saat yang tepat di sini maksudnya berkaitan dengan momen-momen yang biasa kita gunakan untuk melempar wacana. Untuk itu, sebagai langkah awal, kita perlu menyusun daftar tentang momen-momen apa saja yang bisa kita manfaatkan seperti hari besar nasional misalnya, atau kita rancang sendiri momen tertentu.

6. Lakukan evaluasi

Poin ini ditujukan untuk mengetahui sejauh mana syi'ar yang diselenggarakan dapat direspon oleh massa kampus. Sebagai langkah awal dari evaluasi opini ini, kita dapat membaca *feed back* dari objek. Untuk itu, kita dapat menerapkan salah satu dari dua metode ini.

▪ Sampling

Kita mengambil data secara *random* dari objek dengan berbagai cara, misal dialogis, monologis, atau melalui angket.

▪ Test case

Di sini, kita mencoba menguji penyerapan opini dengan melihat keterlibatan intelektual dan emosi dari objek kita. Contoh: untuk

MANAJEMEN SYI'AR

mengangkat isu '*penolakan terhadap Israel*' maka setelah melempar wacana, kita adakan sebuah aksi. Dengan melihat berapa banyak yang menyambut aksi itu maka kita dapat mengetahui seberapa jauh penerimaan massa terhadap opini tersebut.

Studi Kasus Rekayasa Pasar

Sebagai tambahan, berikut ini akan dikemukakan bentuk kegiatan syi'ar riil yang pernah dilaksanakan dengan menggunakan metode rekayasa pasar.

Sudah sejak lama, di ITB terdapat kelompok mahasiswa yang gemar dengan kajian-kajian strategis. Mereka biasanya bergabung dalam unit kegiatan tersendiri, tempat mereka melakukan diskusi-diskusi. Pada kenyataannya, kelompok ini nampak seperti 'berlawanan' dengan nilai-nilai Islam yang ingin disampaikan oleh Gamais ITB kepada civitas akademika melalui kegiatan-kegiatan syi'ar atau yang lain. Tambahan lagi, dari pihak Gamais ITB sendiripun, sepertinya memang belum mencoba melakukan pendekatan kepada kelompok ini. Dengan kata lain, belum ada satu pun kegiatan yang sengaja diselenggarakan untuk mengakomodir 'gaya' mereka. Bahkan timbul kesan, seolah-olah, Gamais ITB tidak 'berani' melemparkan wacana keislaman yang dekat dengan kajian mereka untuk dibandingkan dalam sebuah diskusi.

Berawal dari sini, Gamais ITB kemudian mencoba mengagas sebuah metode syi'ar baru, yakni melalui kajian strategis yang membahas tentang tema aktual tertentu di kampus untuk dilemparkan dalam sebuah diskusi terbuka. Dalam kajian ini, yang menjadi tujuan ialah bagaimana menunjukkan kepada massa kampus tentang konsep Islam terhadap suatu masalah tertentu, dan meyakinkan mereka bahwa konsep Islam tersebut memang lebih baik dibandingkan dengan konsep yang ditawarkan oleh paradigma berpikir selain Islam. Selain itu, ingin ditunjukkan pula bahwa kultur Islam tidaklah anti dengan diskusi. Sejauh diskusi yang diadakan berada dalam koridor pemahaman Islam yang benar, yakni mengikuti firman Allah dan teladan Rasul-Nya serta penafsiran ulama salaf, maka diskusi sangat dianjurkan.

Melalui pengguliran kajian strategis pertama yang menentangahkan tema tentang "kaderisasi", terbukti bahwa gagasan syi'ar ini diterima cukup hangat oleh massa kampus. Massa yang hadir cukup banyak dan antusias terhadap tema yang dibahas.

Melalui kesempatan seperti inilah, gagasan-gagasan Islam tentang hal tertentu dapat lebih diterima oleh kelompok mahasiswa kritis yang terbiasa dengan diskusi-diskusi. Memang dibutuhkan keberanian untuk mengambil kegiatan ini sebagai pilihan. Sebab kegiatan syi'ar yang biasanya diadakan selalu

MANAJEMEN SYI'AR



berputar pada kajian keislaman/pengajian, pentas nasyid, bakti sosial, dan lain-lain. Dengan kata lain, bentuk seperti kajian strategis belum menjadi alternatif pilihan dalam penyelenggaraan syi'ar. Tambahan lagi, dibutuhkan kesiapan lebih dari segi penguasaan konsepsi Islam yang akan ditawarkan dalam diskusi tersebut. Sebab jika hal itu tidak dimiliki, bukan mensyi'arkan Islam yang akan diperoleh, bahkan mungkin kitalah yang akan terpojok pada diskusi tersebut dan pada akhirnya pencitraan Islam menjadi buruk.

REFERENSI

- Thahan, Musthafa Muhammad, Risalah Pergerakan Pemuda Islam, Visi Publishing, Jakarta, 2002.
- Chang, Richard Y., Membangun Tim Dinamis, PT Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1994.
- Siregar, Ali Basyah dkk, Manajemen, Penerbit ITB, Bandung, 1987.
- Puskomnas FSLDK - JMMI ITS, Quesioner Profil Lembaga Dakwah Kampus, Surabaya, 2002.
- Sofyan, Asep, Manajemen, Departemen Teknik Lingkungan ITB, Bandung, 2003.
- Herujito, Yayat M., Dasar-Dasar Manajemen, Grasindo, Jakarta, 2001.
- William, Chuck, Management, Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Yukl, Gary A, Leadership in Organization, Prentice-Hall, Inc., New Jersey, 1994.
- Maucher, Helmut, Strategi Kepemimpinan dalam Bisnis Global ; Pemikiran Tangguh dari Pemimpin Perusahaan Multinasional, Penerbit Abdi Tandur, Jakarta, 1997.
- Wibowo, B.S dkk, SHOOT, Asy-Syaamil, Bandung, 2002.
- Lubis, Satria Hadi, Breaking The Time, Kreasi Cerdas Utama, Jakarta, 2002.
- Fiqh Dakwah Penerbit Intermedia
- Gamais ITB, GBHK dan AD/ART Periode 2002-2003, Bandung, 2002.
- SKI STT TELKOM, GBHK dan AD/ART Periode 2002-2003, Bandung, 2002.