



Personal Branding Manajemen Dakwah Gus Baha dan Buya Yahya

Muhammad Ronaydi¹, Muhamad Zen²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
muhammadronaydi29@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pendakwah yang bermunculan dengan Personal Brandingnya masing-masing yang membuat mereka dapat dikenal dan diterima oleh berbagai generasi. Sehingga penulis berpendapat bahwasanya di era saat ini memiliki brand yang baik di mata masyarakat sebagai pendakwah sangat diperlukan untuk dapat diterima oleh banyak kalangan. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini penulis tertarik untuk melihat tentang Personal Branding Manajemen Dakwah oleh ulama yang terbilang tua namun dapat diterima oleh berbagai kalangan yaitu Gus Baha dan Buya Yahya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi untuk mendapatkan data, peneliti secara masif mengikuti dan melihat akun-akun yang dikelola oleh tim-tim dari Gus Baha dan Buya Yahya. Penulis menemukan personal branding manajemen dakwah Gus Baha dan Buya Yahya dengan menelaah dari unsur-unsur Manajemen dakwah yang dibahas oleh Munir dan Ilahi, selain itu penulis juga melihat kekuatan Personal Branding kedua ulama dengan studi yang dibahas McNally dan Speak. Sehingga penulis menemukan hal-hal menarik dari sosok Gus Baha dan Buya Yahya.

Kata kunci: Personal Branding, Manajemen dakwah, Gus Baha, Buya Yahya

Pendahuluan

Brand yang dikenal dengan merk atau identitas tidak hanya ada dalam kaitan ilmu pemasaran ekonomi saja, namun ada juga di dalam dakwah. Brand dalam dakwah dapat dikaji untuk mengenali identitas seseorang yang selalu memberikan dakwah guna menyampaikan kemaslahatan umat. Contoh terbaik dalam brand Islam yaitu Nabi Muhammad SAW, beliau merupakan contoh terbaik seorang da'i yang mempunyai brand yang paling dekat dikatakan dengan sempurna sebab memiliki thariqah (metode dakwah) yang komplit serta maddah (materi dakwah) yang mumpuni dan kokoh (Suprabowo, 2020). Branding bukanlah hal baru dalam Islam hal ini dapat dilihat dari suksesnya Nabi Muhammad SAW dalam membangun brand diri sehingga diberikan gelar *al-amin* oleh seluruh masyarakat pada masa itu.

Michel Hart dalam bukunya yang berjudul *The 100: A Ranking of The Most Influential Person in History*, menempatkan Nabi Muhammad Saw dalam urutan yang pertama hal ini bukti nyata bahwasanya Nabi Muhammad merupakan sosok yang sukses membangun branding dalam dirinya. Secara tidak langsung hal itu memberikan gambaran bahwasanya branding dalam diri sangat penting terutama untuk seorang da'i agar apa yang mereka sampaikan dapat didengar oleh khalayak ramai sebab branding membawa sesuatu yang biasa terlihat berkesan, dan berharga (Kotler & Proertsch, 2006).

Fenomena yang terjadi oleh munculnya media sosial, menjadikan banyaknya para da'i dan da'iyah yang membangun branding dirinya lewat sosmed (Suprabowo, 2020). banyak bermunculan penceramah-penceramah muda yang membangun brandnya khas anak muda agar



dapat diterima oleh kalangan muda yang biasa disebut dengan generasi milineal dan generasi Z. Pendakwah menjadi branding pemasaran dan kehumasan, dari nilai-nilai kebaikan Islam itu sendiri (Schimitt, 2002).

Branding merupakan suatu upaya untuk mengikat pikiran publik atau menggiring opini publik. Sedangkan personal branding adalah suatu cara seseorang memperkenalkan diri kepada orang lain atau khalayak ramai. Personal branding dan branding ini sering dilakukan oleh pendakwah dalam sosmed guna terciptanya citra baik agar tersampai dan diterimanya pesan-pesan yang diberikan oleh pendakwah tersebut (Nurjaman & Herlina, 2021). Dakwah saat ini terus meningkat baik itu dalam strategi, media, metode, dan sebagainya. Kembali kita melihat sedikit sejarah, di masa awal Nabi berdakwah beliau melakukan dakwahnya secara perseorangan, kemudian berkembang menjadi dakwah antar kelompok kecil, teman dekat, dan anggota keluarganya, yang selanjutnya berkembang menjadi kelompok yang lebih besar (Sunarto, 2014) Sehingga sampai saat ini berkembang memasuki era kontemporer dengan fasilitas yang lebih canggih seperti tv, radio, serta media sosial yang saat ini kita rasakan.

Studi yang dikemukakan oleh McNally & Speak yang dikutip oleh Dewi Haroen dalam bukunya menjelaskan bahwasanya Personal Branding merupakan pemeliharaan citra yang baik serta memberikan persepsi yang baik di dalam benak masyarakat, mereka juga mengungkapkan bahwasanya ada tiga hal yang menjadi dasar kuatnya personal branding dalam diri seseorang, yaitu yang *Pertama* adalah kekhasan dalam diri seseorang seperti kualitas pribadi, tampilan fisik serta skill yang dimiliki. Yang *Kedua*, adalah Relevansi yang merupakan sesuatu yang dianggap penting oleh masyarakat sederhanya menjadi orang yang cikenal disebabkan jabatan atau hal yang seperti demikian, dan yang *Ketiga*, Konsistensi tentunya personal branding dalam diri seseorang akan muncul disebabkan hal yang kita lakukan selalu konsisten. Karena hal itulah yang nantinya secara alami memunculkan personal brand kita di mata masyarakat (Haroen, 2014, hal. 13-14).

Studi-Studi sebelumnya juga banyak membahas tentang Personal Branding Dakwah para pendakwah antara lain sebagai berikut; Pertama, studi yang dilakukan oleh Husnan Nurjuman, dkk (Nurjuman, Septapriana, Fajri, & Anshori, 2022). Dalam studinya, Husnan dkk melihat tentang personal branding yang dibangun oleh dua Da'i Muhammadiyah yaitu Ustadz Alfian Tanjung dan Ustadz Muhammad Ziyad, dalam studinya Husnan dkk melakukan studi komparatif terhadap kedua da'i tersebut dan mereka menemukan adanya perbedaan serta kesamaan personal branding yang dibangun oleh kedua da'i Muhammadiyah tersebut, dengan melakukan metode penelitian secara langsung di kediaman kedua da'i tersebut. Berbeda dengan studi yang telah dilakukan oleh Husnan dkk, Teguh Nurjaman dan Rita herlina melakukan studi tentang Personal Branding Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial, dalam studi ini Teguh Nurjaman dan Rita herlina menelisik tentang bagaimana Personal Branding Ustadz Hanan Attaki terbangun lewat media sosial yang ustadz Hanan Attaki miliki (Nurjaman & Herlina, 2021). Studi lainnya yang membahas tentang Personal Branding Dakwah dapat dilihat dari studi yang dilakukan oleh Siti Mutmainnah, dkk. Dalam studinya, Siti Mutmainnah, dkk melakukan penelitian tentang penerapan personal branding yang dilakukan oleh da'iyah selebritis poular Oki



Setianadewi, yang terlibat aktif dakwah di sosial media. Siti Mutmainnah, dkk, menemukan kekonsistenan Oki Setiana Dewi dalam menunjukkan sejumlah konten dakwah baik itu berbentuk foto, video, dan caption tertulis untuk membangun citra dirinya sebagai seorang da'iyah (Muthmainnah, Masruroh, Mufad, & Muwahhidah, 2022).

Studi-studi diatas, mulai dari studi yang dilakukan oleh Husnan Nurjuman sampai Siti Mutmainnah menunjukkan berbagai personal branding dakwah yang dibangun oleh setiap pendakwah itu penting guna membangun citra yang baik di mata umat. Tak dapat kita pungkiri juga saat ini banyak bermunculan da'i dan da'iyah yang identik dengan sesuatu yang mereka pakai atau mereka lakukan baik itu berupa sikap, tingkah laku, tampilan fisik ataupun skill yang dimilikinya.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk memperluas pengetahuan kita tentang personal branding dakwah, dalam artikel ini penulis menelisik tentang personal branding manajemen dakwah yang dibangun oleh dua ustadz besar yaitu yang dikenal dengan sebutan Gus Baha dan juga Buya Yahya, sebab penulis melihat dua Ustadz ini memiliki personal branding yang unik terkesan tradisional namun dapat diterima oleh banyak kalangan.

Banyak hal menarik yang diperlihatkan oleh kedua ulama besar ini, sebab hanya dengan mendengar namanya saja seluruh umat akan mengetahui ciri khas mereka masing-masing. Dalam membangun Manajemen Dakwah yang sesuai dengan unsur-unsur dakwah yang meliputi Dai, Mad'u, Maddah (Materi dakwah), Wasilah (Media), Thariqah (Metode), dan juga atsar yaitu efek dari dakwah itu sendiri (Munir & Ilahi, 2021). Hal ini yang membuat penulis tertarik untuk menelisik lebih dalam tentang personal branding manajemen dakwah yang dimunculkan oleh kedua ulama besar yang dikenal dengan nama panggung Gus Baha dan Buya Yahya.

Metode

Artikel ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata atau gambar. Dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan suatu obyek, atau fenomena yang didapat. (Anggito & Setiawan, 2018) dengan teknik pengumpulan data secara *Etnografi Online* (Netnografi) yang dilakukan dengan menelisik data-data online di media pemberitaan online, media sosial, dan situs-situs lainnya (Kozinets, 2010), dan dengan teknik studi literatur.

Sumber data primer yang diambil oleh penulis adalah media sosial seperti Instagram dan juga Youtube berikut ini akun-akun yang penulis masif amati selama beberapa bulan ini Akun instagram @ngajigusbaha dan @buyayahya_albahjah dan Youtube dengan akun @PengajianGusBaha dan @Al_BahjahTV keempat akun tersebut penulis pilih sesuai dengan centang biru yang dimiliki. Terkhusus akun Instagram @ngajigusbaha penulis ambil karena memiliki pengikut yang lebih dari 700rb. Selain dari data primer yang penulis amati diatas penulis juga mengambil data sekunder dari literatur-literatur yang berkaitan dengan obyek.



Hasil dan Pembahasan

Profil singkat seorang Gus Baha

KH. Ahmad Baha'uddin Nursalim atau biasa dikenal Gus Baha lahir pada 29 September 1970 di Sarang, Rembang, Jawa Tengah. Gus Baha merupakan anak laki-laki dari seorang ulama pakar al-Qur'an dan juga pengasuh Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an LP3IA yang bernama KH. Nursalim al-Hafizh dari Narukan, Kecamatan Kragan, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Ayah Gus Baha merupakan murid dari KH. Arwani al-Hafidz Kudus dan KH. Abdullah Salam al-Hafidz Kajen Pati, yang nasabnya bersambung kepada para ulama besar. Gus Baha menikah dengan Ning Winda dan sudah dikaruniai tiga orang anak. (Musthafa, 2022).

Secara keilmuan Gus Baha terkenal sebagai pakar yang ahli dalam bidang fikih. Hal ini didukung dengan pernyataan Gus Baha sendiri di dalam acara seminar dan pengajiannya. Beliau sering menceritakan tentang pengalamannya di pesantren al-Anwar yang ketat dengan ngaji kitab-kitab fikih. Berdasarkan riset yang menjelaskan bahwa pembelajaran fikih dalam kurikulum pesantren al-Anwar mencapai 11.8%, artinya fikih sangat mendominasi pembelajaran di al-Anwar. Selain itu, pesantren al-Anwar juga memiliki kegiatan musyawarah yang diikuti oleh santri. Adapun kitab yang sering dijadikan sebagai referensi utama adalah fathu al-qarib, fathu al-mu'in dan al-mahalli. Ketiga kitab tersebut banyak dijadikan rujukan utama di dalam pendidikan pesantren. Mungkin data tersebut berbeda dengan sewaktu Gus Baha mengaji di al-Anwar, namun paling tidak menjadi gambaran bahwa pesantren al-Anwar memang mempunyai fokus yang lebih pada kluster ilmu fikih tersebut (Musthafa, 2022).

Jabatan yang pernah beliau miliki adalah Menjadi Ketua tim Lajnah Mushaf di Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta. Serta pada tahun 2020 Gus Baha mendapatkan penghargaan sebagai Dai of The Year dari ADDAI (Asosiasi Dai-Daiyah Indonesia), yaitu dinobatkan sebagai dai moderat dan berwawasan wasathiyah (Budi, 2020). Demikianlah profil singkat dari Gus baha yang nantinya menjadi latar belakang terbentuknya Personal Branding Dakwah Gus Baha.

Personal Branding Manajemen Dakwah Gus Baha

Personal Branding Dakwah Gus Baha dapat kita telisik dari tiga dasar yang saling menyatu seperti studi yang dikemukakan oleh McNally & Speak, hal yang *pertama* kita lihat dari Kekhasan seorang Gus Baha. Kekhasan yang dimiliki oleh Gus Baha sangat terlihat jelas dari tampilan fisik yang beliau kenakan seperti yang terlihat dalam media manapun serta kajian manapun. Seorang Gus Baha selalu identik dengan Peci Hitam yang kurang rapi, lalu Sarung yang selalu dikenakan dan juga Baju Kemeja Putih yang hal ini sangat identik menggambarkan dirinya bahwa beliau seorang santri. Dalam tulisan yang ada Gus Baha mengakui alasan beliau selalu mengenakan pakaian yang khas seperti itu adalah dikarenakan beliau merupakan seorang kyai dari Jawa, beliau juga mengambil barokah dari Sahabat Jabir bin Abdullah dalam berpakaian yang tak perlu mewah yang penting bersih, sederhana dan menutup aurat (Bondowoso, 2022).

Kekhasan selanjutnya yang dimiliki oleh seorang Gus Baha adalah Dakwah yang beliau bawa selalu membawa kitab dalam setiap kajian. Hal ini beliau tegaskan sebagai tanggung

jawab warasatul anbiya pewaris Nabi. Maka Gus baha selalu ingin memberikan kajiannya yang bersumber jelas ke Rasulullah SAW. Gus Baha juga memiliki kekhasan yang kental sebagai ulama yang murni hasil dari produk Santri yang sukses sebab setiap ceramah yang diberikan oleh Gus Baha selalau menggunakan metode pengajaran ala Kyai kepada santrinya. Sebagai seorang santri dan anak pengasuh Pesantren inilah asal muasal kenapa KH. Ahmad Bahauddin Nursalim diberi julukan sebagai Gus, karena Gus merupakan anak seorang Kyai di pulau Jawa. Selain itu, pembawaan Gus Baha dalam menyampaikan ceramah menggunakan candaan-candaan ala santri jawa dan juga menggunakan kalimat yang sederhana namun bermakna dalam. Hal ini yang tentunya menjadikan Gus baha memiliki Kekhasannya dalam berdakwah sehingga masyarakat memberikan brand padanya sebagai Ulama yang identik dengan guyonan-guyonan ala santrinya.

Gambar. 1. Ciri Khas Seorang Gus Baha



Sumber : Internet

Gus Baha juga selalu merendahkan suaranya dalam memberikan ceramah sehingga branding yang muncul dalam benak masyarakat pada dirinya merupakan ulama yang kharismatik lagi lemah lembut, tak heran hal ini yang membuat Gus Baha menjadi ulama yang diminati oleh semua kalangan khususnya masyarakat yang pernah menjadi seorang santri. Gus Baha juga selalu mengidentikkan dirinya dengan kesopanan seorang santri yang hal ini membuat Gus Baha memiliki branding tersendiri sebagai seorang da'i atau ulama di masyarakat.

Selanjutnya yang *Kedua*, yang memunculkan Personal Branding dakwah Gus Baha terlihat ke Relevansiannya, yakni keterkaitannya dengan hal tersebut sehingga menjadikan Gus baha menjadi Ulama yang memiliki Personal Branding yang dapat dikenal oleh seluruh masyarakat. Relevansi atau hubungan yang dimiliki Gus Baha itu berkaitan dengan keilmuan yang diakui oleh seluruh umat dan masyarakat dalam artian, Gus Baha merupakan Ulama yang diakui keilmuannya dalam Bidang Fiqih dan Tafsir sehingga Branding yang muncul dalam diri seorang

Gus Baha adalah seorang ulama yang sudah ahli dalam dua bidang tersebut hal ini memunculkan branding otomatis dalam benak masyarakat untuk mempercayai atau meyakini kedua bidang tersebut disampaikan oleh Gus Baha begitupun bidang tasawuf yang selalu Gus Baha campurkan dalam pemilihan katanya sehingga hal ini yang membuat seluruh lapisan dapat menerima dakwah yang disampaikan oleh Gus Baha. selain itu kerelevansi Gus Baha terhadap kehidupan santri dapat menjadi ulama yang didengar oleh kaum Santri sehingga apapun yang diperintahkan oleh Gus Baha otomatis akan membuat seluruh santri mendengarkan dan mengerjakan apa yang diperintahkan.

Gambar 2. Kalimat dari Gus Baha



Sumber : Instagram @ngajigusbaha

Perihal yang *Ketiga* yang memunculkan Personal Branding Dakwah Seorang Gus baha yakni Kekonsistensian Gus Baha dalam melakukan hal yang sama berulang kali seperti memakai Kemeja Putih, Sarung serta Kopiah Hitam yang terjulur ke belakang sehingga memperlihatkan sedikit rambut depannya. Konsisten dalam memberikan ceramah dengan nada yang lembut dan penuh guyonan ala santri serta konsisten dalam menunjukkan sikap kesopanan dan ketawaduhan beliau layaknya santri. Kekonsistenan Gus Baha dalam memperlihatkan hal-hal tersebut memberikan dorongan penuh untuk membentuk personal branding Gus Baha di tengah-tengah masyarakat sebagai ulama yang sederhana, sopan, kharismatik serta berilmu.

Oleh karenanya, Personal Branding Dakwah yang ada pada Gus Baha terbentuk menjadi citra yang baik di masyarakat yang menjadikan Gus Baha memiliki Brand atau label sebagai ulama yang kharismatik, lagi sopan dan sederhana dengan khas guyonannya.

Gambar 3. Gus Baha memberikan kajian ciri khas guyonannya



Sumber : Video Instagram @ngajigusbaha

Metode dakwah Gus Baha yang memiliki tiga metode dalam berceramah diantaranya ialah; *Pertama*, Metode Hikmah, Gus Baha selalu merangkul dan mengajak dengan sederhana dan lemah lembut kepada para pendengar untuk menjadi yang lebih baik lagi dan mengikuti ajaran agama islam yang benar, Gus Baha selalu ingin mengajak para pendengar menjalankan kehidupan yang lebih baik lagi. Ibnu Katsir menerangkan dalam tafsirnya, bahwa hikmah mengandung arti tafsir al-Qur'an, kesesuaian antara perkataan ilmu fiqh dan al-Qur'an, mengerti, akal, dan paham betul terhadap ajaran agama. Metode yang *Kedua*, Mau'izhah hasanah dapatlah diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, pesan-pesan positif (wasiat) yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapatkan kedamaian dunia dan akhirat. Selanjutnya yang *Ketiga*, Metode Al-mujadalah al-ahsan, Gus Baha juga memperkuat isi ceramah nya dengan dalil-dalil



dan kisah-kisah para nabi dan sahabatnya, dilakukan metode ini untuk menambah keyakinan para pendengar. Metode dakwah ini lebih bersifat komunikatif, artinya ada interaksi (feedback) aktif antara mad'u dengan materi dakwah yang disampaikan da'i (Qordofa & As'ad, 2022).

Berdasarkan paparan dapat kita lihat bahwasanya Personal Branding Manajemen Dakwah dari aspek unsur-unsur Manajemen Dakwahnya terlihat bahwasanya Gus Baha merupakan Da'i yang terkenal dengan tampilan ala santri serta guyonan ala santrinya, sehingga hal ini membuat Gus Baha menjadi ulama yang disenangi oleh masyarakat dan diterima dari berbagai kalangan. Mad'u yang dimiliki oleh Gus Baha dilihat dari pembawaannya mayoritas dari kalangan santri hal ini sesuai dengan guyonan yang sering beliau bawaikan. Materi yang beliau bawaikan juga merupakan materi-materi yang menarik untuk didengar oleh masyarakat terlebih lagi penafsiran beliau dengan tasawuf ringannya sehingga berkesan mudah difahami dan sederhana. Metode yang beliau pakai juga metode ala kyai mengajar santrinya yang menjelaskan setiap kalimat dari kitab yang beliau baca. Gus Baha merupakan seorang da'i tradisional yang masih berdakwah dengan lisan dan tulisan seperti karya-karya yang telah beliau tulis, namun, beliau memiliki santri yang kreatif sehingga dakwah-dakwah beliau direkam dan diupload di media sosial baik itu media Youtube maupun instagram.

Profil Singkat Seorang Buya Yahya

Buya Yahya memiliki nama lengkap dengan gelar yaitu Prof. KH. Yahya Zainul Ma'arif, Lc, M.A., Ph.D lahir di Blitar dari 3 bersaudara, memiliki Istri dengan nama Fairuz Ar-Rahbini dan sudah dikaruniai 4 orang anak. Buya Yahya dan keluarga bertempat tinggal di Kompleks LPD Al Bahjah Jl. Pangeran Cakrabuana No. 179 Blok Gudang Air Kel. Sendang Kec. Sumber Cirebon. Kedatangan Buya Yahya Zainul Maarif (yang lebih akrab disapa Buya Yahya) ke Cirebon pada akhir tahun 2005 dalam rangka menjalankan tugas dari gurunya Rektor Universitas al Ahgaff al Murobbi Profesor al Habib Abdullah bin Muhammad Baharun (seorang guru yang sangat berpengaruh didalam perjalanan ilmiah Buya Yahya) untuk memimpin Pesantren Persiapan bagi mahasiswa sebelum kuliah ke Universitas al Ahgaff di Yaman.

Sebelum ke Yaman, pendidikan dasar hingga SMP diselesaikan di kota kelahirannya. Dalam waktu yang sama pendidikan agama diambil di Madrasah Diniyah yang dipimpin oleh seorang guru yang sholeh al Murobbi KH. Imron Mahbub dari Blitar. Setelah itu melanjutkan pendidikannya ke Pondok Pesantren Darullughoh Wad Da'wah Bangil Pasuruan Jawa Timur di bawah asuhan Al-Murobbi Al-Habib Hasan bin Ahmad Baharun yaitu pada tahun 1988 hingga 1993. Pada tahun 1993 hingga 1996 mengajar di Pesantren Darullughah wa Da'wah sebagai masa hidmahnya kepada guru dan pesantren tempat dia pernah menimba ilmu. Pada tahun 1996 berangkat ke Universitas al Ahgaf Hadramaut, Yaman atas perintah sang guru Habib Hasan Baharun hingga akhir 2005.

Buya Yahya selama 9 tahun di Yaman belajar fiqh diantaranya kepada para Mufti Hadramaut Syekh Fadhol Bafadhol, Syekh Muhammad Al Khotib, Syekh Muhammad Baudhon, dan Habib Ali Masyur bin Hafid. Selama di Yaman, dia juga belajar Ilmu Hadits diantaranya kepada DR. Ismail Kadhim al Aisawi dari Iraq dan Habib Salim Asyasyathri. Buya Yahya sempat



mengajar di Yaman selama 4 tahun di Fakultas Tarbiyah dan Dirosah Islamiyah (khusus putri) Universitas Al Ahqaf. Tidak hanya sampai disitu Buya Yahya melanjutkan Pendidikan S3 atau Ph.D nya di American University for Human Sciences California, Amerika Serikat. Beliau juga sudah dikukuhkan menjadi Guru Besar Kehormatan di dalam bidang Hukum Islam tepatnya di Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Jawa Tengah.

Sekarang Buya Yahya aktif berdakwah di masyarakat dan mengasuh pondok pesantren Al Bahjah yang berpusat di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat dan juga aktif mengayomi majelis-majelis Al Bahjah yang tersebar ke penjuru Nusantara dan luar negeri. Selain itu ada kesibukan yang sangat diperhatikan yaitu kegiatan Buya Yahya dengan para santri di pondok pesantren. Buya Yahya adalah seseorang yang aktif di berbagai organisasi, baik organisasi yang ada dalam instansi pemerintahan seperti rukun tetangga (RT) dan rukun warga (RW), maupun organisasi kemasyarakatan seperti remaja mesjid dan paguyuban. Dia juga belajar bagaimana berorganisasi dengan baik dan bagaimana mengelola organisasi tersebut dengan semaksimal mungkin. Pada akhirnya ide-ide, gagasan, ataupun hasil pemikirannya banyak diterima oleh rekan-rekan sepejuangan dan lingkungan sekitar.

Saat ini Buya Yahya memiliki Yayasan yang dinamakan Al-Bahjah, dan beliau mendirikan lembaga pendidikan formal tingkat SD, SMP dan SMA, sekarang Buya Yahya melangkah untuk mendirikan lembaga pendidikan perguruan tinggi. hal ini dimaksudkan untuk menampung para santri yang akan dikader untuk menjadi juru dakwah yang profesional dan handal. Para santri sebagai calon ulama harus menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menjawab tuntutan umat dalam berdakwah. mereka juga harus memiliki wawasan keilmuan yang luas untuk bekal berdakwah, bukan hanya ilmu agama tetapi juga ilmu sosial lainnya. Atas dasar ini Buya Yahya memprakarsai pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Bahjah sebagai wadah akademik para santri. Jurusan yang dibuka adalah Manajemen Haji dan Umroh (MHU), Hukum Tata Negara (HTN), Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Ekonomi Syariah (Ekos) dan Pendidikan Matematika (PM) (Lyceum, 2023).

Personal Branding Manajemen Dakwah Buya Yahya

Personal Branding Manajemen dakwah kita telisik juga menggunakan tiga hal yang dapat menguatkan personal branding dari studi McNally & Speak, *Pertama*, Kekhasan yang dimiliki oleh Buya Yahya tampak dari tampilan fisik yang selalu mengenakan jubah, sorban yang melilit di atas kepala, serta sorban yang terselempang di leher. Kekhasan yang dimiliki Buya Yahya dengan tampilan yang layaknya menbrand dirinya seorang ulama yang memiliki pengetahuan luas serta bersahaja. Tak hanya kekhasan Buya Yahya dalam tampilan beliau saat memberikan kajian dan ceramah. Buya Yahya juga dikenal dengan Ulama/Da'i yang memiliki tutur kata yang santun lagi lembut, sikap yang juga adab yang tinggi membuat Buya Yahya mudah berinteraksi dengan masyarakat.

Gambar 4. Ciri Khas seorang Buya Yahya

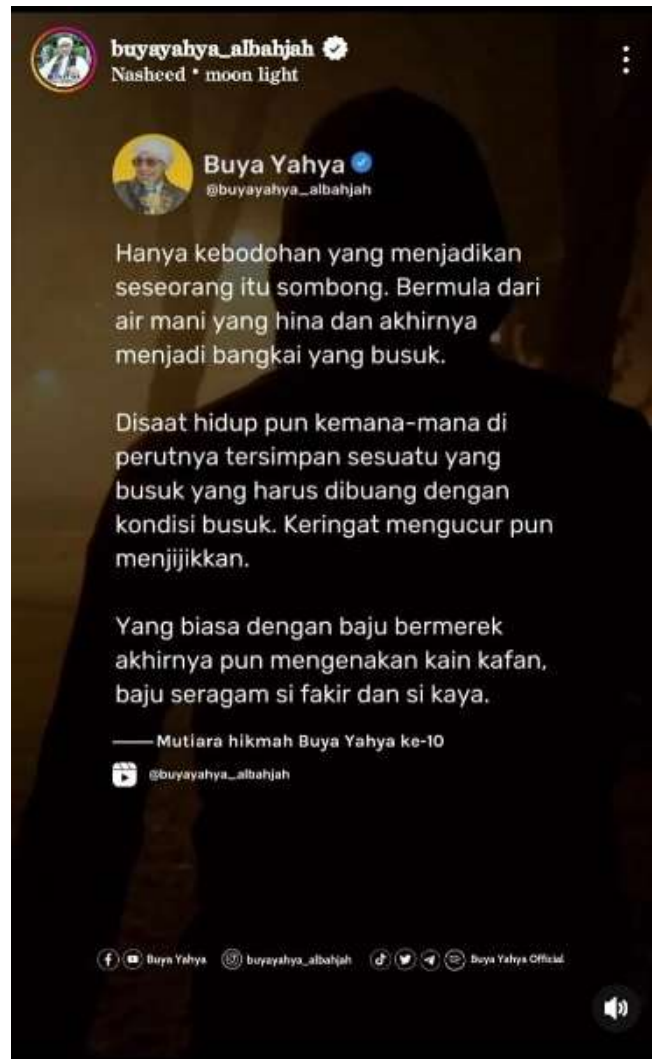


Sumber : Internet

Buya Yahya selalu memiliki cara tersendiri untuk memberikan tausiahnya kepada Jama'ah, Buya Yahya juga cukup dikenal oleh masyarakat sebagai ulama yang cukup serius namun penuh dengan kelembutan ini yang menjadikan masyarakat mengenal KH. Yahya Zainul Ma'arif dengan sebutan Buya Yahya sebab beliau identik dengan ulama yang cenderung serius dan penuh kesantunan. Dalam bahasa Arab Buya merupakan panggilan untuk seorang Ayah yang asal kata Buya adalah dari “Abun” dan “ya” yang berarti “Ayahku” oleh karena itu Buya diartikan dengan ayah sehingga julukan ini cocok untuk seorang Buya yahya yang karakternya layak menunjukkan kasih sayang seorang ayah kepada anak-anaknya dalam memberikan nasehat (Jannah & Herdah, 2022).

Selanjutnya yang *Kedua*, personal branding dapat tumbuh dengan kuat di benak masyarakat yaitu dengan kerelevansiannya seorang Buya Yahya dengan keilmuan yang beliau alami. Buya Yahya dikenal dengan keilmuannya dalam bidang Fiqih yang sangat kuat sehingga segala yang berkaitan dengan fiqih dapat dijawab dengan sempurna oleh Buya Yahya bukan saja hanya fiqih lama namun juga problem-problem fiqih kontemporer atau modern saat ini. Kerelevansian Buya Yahya dengan keilmuan fiqih ini memunculkan branding tersendiri dalam dirinya yang menjadikan beliau salah satu ulama di Indonesia yang dipercaya keilmuannya terlebih lagi dalam bidang Fiqih yang didalamnya.

Gambar 5. Mutiara Hikmah Buya Yahya



Sumber : Instagram @buyayahya_albahjah

Personal Branding dapat muncul dengan kuat disebabkan oleh hal yang *ketiga*, yaitu Kekonsistensian seorang Buya Yahya dalam melakukan dakwahnya. Penulis masif melihat video-video, gambar serta tayangan Buya Yahya saat tampil hal inilah yang memunculkan stigma penulis sehingga dapat mendeskripsikan seorang Buya Yahya. Buya Yahya selalu tampil dengan pakaian yang menggambarkan bahwa dirinya seorang ulama yang berwibawa dan bijaksana terlihat dari Jubah yang beliau kenakan serta Sorban yang terlilit di kepala dan yang terselempang di leher, tak hanya itu Buya Yahya juga selalu konsisten memberikan kajiannya yang membahas tentang fiqih dan juga dengan gaya yang santun, tegas namun masih penuh dengan kesopanan layaknya seorang ayah yang penulis tuliskan di atas tadi. Maka tak heran jika personal branding dakwah seorang Buya Yahya menjadi kuat di benak masyarakat serta di terima oleh banyak kalangan.

Gambar 6. Akun Youtube Buya Yahya dengan Subscriber per tanggal 5 bulan juni 2023 telah mencapai 5.16 juta



Sumber : Akun Youtube @AlBahjahTV

Metode dakwah yang dilakukan oleh Buya Yahya merupakan metode Mauizhah Hasanah. Yaitu memberikan pengajaran yang dilakukan dengan maksud untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian dan penjelasan tentang suatu masalah dengan memberikan nasehat yang baik. Nasehat yang baik dapat menembus hatimanusia dengan lembut dan terserap oleh hati nurani dengan halus. Bukan dengan bentakan dan kekerasan, juga tidak dengan membeberkan cela yang ada. Karena kelembutan dalam memberikan nasihat akan lebih banyak menunjukkan hati yang bimbang, menjinakkan hati yang membenci, dan tentunya memberikan banyak kebaikan. Hal ini dimaksudkan agar orang dapat menerimanya dengan baik pula, pelajaran yang masuk di akal setelah ditimbang dengan baik.

Buya Yahya juga memakai metode Hikmah dalam memberikan dakwah. Berdakwah dengan metode hikmah, yaitu menguasai keadaan dan kondisi (zuruf) mad'un-nya, serta batasan-batasan yang disampaikan tiap kali dakwah dilaksanakan. Sehingga tidak memberatkan dan menyulitkan mereka yang didakwahi sebelum mereka siap sepenuhnya. Hikmah timbul dari budi pekerti yang halus dan bersopan santun. Dakwah hendaklah ditempuh dengan segala



kebijaksanaan untuk membuka perhatian yang didakwahi sehingga pikirannya tidak lagi tertutup. Bijaksana dalam berdakwah adalah mampu menyesuaikan diri dengan kalangan yang sedang didakwahi, yaitu tidak membedakan manusia yang didakwahi akan tetapi yang berbeda adalah penyesuaian diri saat menghadapi mereka. Mengajak orang lain kepada kebenaran dengan cara hikmah senantiasa baik dan dapat diterima. Karena argumentasi yang berlandaskan akal dan kebijaksanaan adalah kokoh dan menjadi dasar bagi semua orang berakal dalam berdialog dan berinteraksi.

Adapun metode yang identik dengan Buya Yahya dalam berdakwah selanjutnya adalah metode dakwah dengan keteladanan yang baik (al-qudwah al-hasanah). Dalam Al-Qur'an teladan disebut dengan "uswah" atau "qudwah" yang memiliki arti suatu keadaan ketika seorang manusia mengikuti manusia lain. Baik dalam hal keburukan maupun kebaikan. Namun, keteladanan yang dimaksud di sini adalah keteladanan yang dapat dijadikan sebagai alat pendidikan Islam atau metode dakwah Islam, yaitu keteladanan yang baik sesuai dengan pengertian "uswatun hasanah" (Husna, 2021). Buya Yahya dikenal sangat memiliki kesopanan dalam membranding dirinya hal ini pernah terlihat saat Buya Yahya diberi pertanyaan oleh Habib Alaydrus yang saat itu menyamar sebagai Jama'ah yang ingin bertanya, sontak saja Buya Yahya langsung mempersilahkan Habib Alaydrus untuk duduk bersama dengan beliau di depan jama'ah. dari hal itu terlihat sudah contoh teladan yang diberikan oleh Buya Yahya untuk selalu memuliakan keturunan Nabi yaitu Habib Alaydrus saat itu (Frida, 2022). Hal ini sesuai dengan isi kandungan QS. Al-Ahzab ayat 21 :

"Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah". (QS. Al-Ahzab : 21)

Metode keteladanan telah diterapkan oleh Rasulullah sejak awal mula agama Islam hadir. Dakwah Islam menjadi lebih mudah untuk dipahami dan dimengerti dengan adanya suri tauladan dari Rasulullah. Metode keteladanan sendiri merupakan suatu cara atau jalan yang ditempuh para pendakwah dengan perbuatan atau tingkah laku yang patut untuk ditiru. dengan tujuan keteladanan sebagai sarana dakwah Islam. Keteladanan merupakan bentuk perilaku individu yang bertanggung jawab yang bertumpu pada praktik secara langsung. Dengan metode praktik secara langsung akan memberikan hasil lebih efektif dan maksimal dalam proses dakwah (Husna, 2021).

Gambar 7. Momen saat Buya Yahya terkejut dan menarik Habib Alaydrus untuk duduk di depan bersamanya



Sumber : Youtube @Al-BahjahTV Menit 77 Detik 49.

Berdasarkan paparan tersebut dapat dilihat bahwasanya seorang Buya Yahya merupakan Da'i yang memiliki kekhasan dalam tampilan, memiliki kekhasan dalam pembawaan memberikan ceramah layaknya julukan yang beliau dapatkan yakni seorang Buya yang memberikan nasehat kepada anak-anaknya. Mad'u yang mendengarkan beliau dari berbagai kalangan terutama para orang tua serta anak muda yang rindu akan nasehat dari seorang ayah. Materi dakwah yang beliau sampaikan juga sangat mudah difahami terlebih di bagian fiqh kontemporer sehingga banyak menuntaskan pertanyaan baru yang muncul di benak masyarakat. Sebagai seorang pendiri yayasan dan pondok pesantren Buya Yahya merupakan Ulama yang memakai berbagai metode serta media yang digunakan tak hanya dakwah secara lisan, Buya Yahya juga memiliki banyak tulisan yang telah beliau buat serta menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berdakwah hal ini terlihat dari Instagram atas nama beliau sendiri sampai mendapatkan centang biru dari pihak Instagram, tak hanya sampai disitu Buya Yahya juga memiliki tim yang mengelola Youtube dengan nama akun Al-Bahjah TV yang berisikan kajian-kajian yang beliau isi.



Simpulan

Personal Branding yang telah dibangun oleh kedua ulama yang identik dengan tampilan lawas, namun masih bisa eksis di era milenial saat ini dapat dikatakan berhasil memberikan kekuatan pada personal branding terutama di dalam Manajemen Dakwahnya. dapat kita lihat bahwasanya Personal Branding Manajemen Dakwah terlihat bahwasanya Gus Baha merupakan Da'i yang terkenal dengan tampilan ala santri serta guyanon ala santrinya. Mad'u yang dimiliki oleh Gus Baha dilihat dari pembawaannya mayoritas dari kalangan santri hal ini sesuai dengan guyanon yang sering beliau bawakan. Materi yang beliau bawakan juga merupakan materi-materi yang menarik untuk didengar oleh masyarakat terlebih lagi penafsiran beliau dengan tasawuf ringannya sehingga berkesan mudah difahami dan sederhana. Metode yang beliau pakai juga metode ala kyai mengajar santrinya yang menjelaskan setiap kalimat dari kitab yang beliau baca. Gus Baha berdakwah dengan lisan dan tulisan seperti karya-karya yang telah beliau tulis, namun, beliau memiliki santri yang kreatif sehingga dakwah-dakwah beliau direkam dan diupload di media sosial baik itu media Youtube maupun instagram.

Begitu pula, seorang Buya Yahya merupakan Da'i yang memiliki kekhasan dalam tampilan, memiliki kekhasan dalam pembawaan memberikan ceramah layaknya julukan yang beliau dapatkan yakni seorang Buya. Mad'u yang mendengarkan beliau dari berbagai kalangan terutama para orang tua serta anak muda yang rindu akan nasehat dari seorang ayah. Materi dakwah yang beliau sampaikan juga sangat mudah difahami terlebih di bagian fiqih kontemporer sehingga banyak menuntaskan pertanyaan baru yang muncul di benak masyarakat. Sebagai seorang pendiri yayasan dan pondok pesantren Buya Yahya merupakan Ulama yang memakai berbagai metode serta media yang digunakan tak hanya dakwah secara lisan, Buya Yahya juga memiliki banyak tulisan yang telah beliau buat serta menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berdakwah seperti Instagram dan juga Youtube.

Referensi

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. SUkabumi: CV Jejak.
- Bondowoso, S. (2022, Agustus 3). *Alasan Gus Baha Selalu Memakai Kemeja Putih, Diantaranya Terinspirasi dari Sahabat Rasulullah*. Dipetik Juni 4, 2023, dari Alasan Gus Baha Selalu Memakai Kemeja Putih, Diantaranya Terinspirasi dari Sahabat Rasulullah - Bondowoso Network: <https://bondowoso.jatimnetwork.com/khazanah/pr-1824046855/alasan-gus-baha-selalu-memakai-kemeja-putih-diantaranya-terinspirasi-dari-sahabat-rasulullah>
- Budi. (2020, 1 13). *Biografi Gus Baha' (kh. Ahmad Bahauddin Nursalim)*. Dipetik Juni 4, 2023, dari Biografi Gus Baha' (KH. Ahmad Bahauddin Nursalim) | Profil Ulama ': <https://www.laduni.id/post/read/66908/biografi-gus-baha-kh-ahmad-bahauddin-nursalim>
- Frida, T. (2022, Mei 8). *Momen Habib novel Alaydrus Jadi Jamaah Buya Yahya*. Dipetik Juni 5, 2023, dari viva.co.id: <https://www.viva.co.id/berita/nasional/1472995-momen-habib-novel-alaydrus-jadi-jamaah-buya-yahya>
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.



- Husna, N. (2021). Metode Dakwah Islam Perspektif Al-Qur'an. *SELASAR KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 1(1), 97-105.
- Jannah, R., & Herdah. (2022). Kata Serapan Bahasa Arab Dalam Bahasa Indonesia Pendekatan Leksikografi. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan Islam*, 20(1), 123-132.
- Kotler, P., & Proertsch, W. (2006). *B2B Brand Management*. Jakarta: BIP.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage Publishing.
- Lyceum. (2023, Maret 6). *biodata Buya Yahya: Agama, Keluarga, Pasangan, Fakta Dan Karir*. Dipetik Juni 5, 2023, dari Lyceum: <https://www.lyceum.id/biodata-buya-yahya/>
- Munir, M., & Ilahi, W. (2021). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: KENCANA.
- Musthafa, Q. (2022, Januari-Juni). Profil KH. Bahaudin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial. *Musala: Jurnal Pesantren dan Kebudayaan Islam Nusantara*, 1(1), 79-90.
- Muthmainah, S., Masruroh, S. A., Mufad, A. M., & Muwahhidah, I. (2022, Juni). Online da'wah on Social Media: Personal Branding of a Female Celebrity Preacher on Instagram. *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 6(1), 39-63.
- Nurjaman, T., & Herlina, R. (2021, Juni). Personal Branding Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial. *Profesional FIS UNIVED*, 8(1), 22-29.
- Nurjuman, H., Septapriana, R. Y., Fajri, M. D., & Anshori, Y. T. (2022, April). Personal Branding Da'i Muhammadiyah: Studi Komparatif pada Ustadz Alfian Tanjung dan Ustadz Muhammad Ziyad. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 184-193.
- Qordofa, M. Q., & As'ad, M. (2022). Metode Dakwah KH. Ahmad Baha'uddin Nursalim (Gus Baha) Melalui Channel Santri Gayeng di Media Youtube. *SYIAR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 1-10.
- Schimitt, B. H. (2002). *Experiential Marketing How to Get Costumer to Sense Fell Think, Act*. New York: Realte to Your Company and Brand New York The Press.
- Sunarto. (2014). *Etika Dakwah*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.
- Suprabowo, I. (2020). *Ustadz Populer di Indonesia Kajian Tentang Brand di Media Sosial*. Bogor: Staini Press.