

STRATEGI DAKWAH MASA KINI
(Beberapa Langkah Strategis Pemecahan Problematika Dakwah)

Oleh: M. Abzar D.¹

Abstrak

Islam is a religion that perceives every Muslim (person who adhere Islam) a da'i (proselytizer) for both himself/herself and other people. Hence, every Muslim, by definition, is activist of dakwah (Islamic proselytizing). Thus, it is necessary that every Muslim understands the issue of dakwah comprehensively. Since challenges on the path of dakwah are getting more and more complex, activists of dakwah need to understand strategic steps to consider before doing dakwah. They are: Enhancing the educational quality of the Da'i(s), sending da'i(s) to trainings of dakwah in order to enrich their knowledge, utilizing technology of information as media of dakwah, and intensifying dakwah based of cultural and structural approaches.

Keywords: Problem of Dakwah, Strategic Planning, Human Resource Development.

Abstrak

Islam merupakan agama yang memandang setiap pemeluknya sebagai da'i bagi dirinya dan orang lain, oleh karenanya, seorang muslim yang juga sekaligus sebagai aktivis dakwah seyogyanya memahami seluk beluk dakwah Islam. Berhubung, tantangan dakwah semakin kompleks, maka para aktivis dakwah perlu memahami beberapa langkah strategis yang perlu dipertimbangkan, di antaranya; Peningkatan kualitas pendidikan para da'i, pelatihan-pelatihan untuk memperkaya wawasan para da'i, demikian pula pemanfaatan teknologi informasi sebagai media dakwah, dan mengintensifkan dakwah dengan pendekatan kultural dan struktural.

Kata Kunci: Problematika Dakwah, Langkah-Langkah Strategis, Peningkatan SDM

¹ Penulis adalah Dosen Tetap pada Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Samarinda.

PENDAHULUAN

“*al-Islam Shaalihun likulli zamaan wa makaan*” (Islam itu, selalu relevan dengan segala waktu dan tempat). Statement di atas, mengilhami umat Islam untuk selalu berikhtiar dan berusaha semaksimal mungkin, dengan mengerahkan segenap potensi, untuk menerjemahkan/mentransfer doktrin Islam (al-Qur’an & al-Hadis) agar senantiasa dapat menjadi pedoman hidup sepanjang hayat.

Dalam kaitan itu, maka Islam sebagai sebuah agama yang diturunkan pertama kali di Mekah sekitar 15 abad yang silam, sampai saat ini tidak akan pernah usang, dan tidak akan pernah tergantikan oleh doktrin apapun. Singkatnya, tidak ada lagi agama setelah Islam, dan semuanya harus tunduk dan patuh pada ajaran Islam, karena “*barang siapa yang mencari agama selain agama islam, maka dia akan tertolak (tidak diterima) dan termasuk orang-orang yang merugi pada hari kemudian*”.²

Pada zaman jahiliah, musuh utama Nabi Muhammad saw. Sebagai penegak panji-panji Islam adalah masyarakat jahiliah yang kafir. Mereka dinamai jahiliah karena mereka awalnya tidak mengenal ajaran monoteisme (*ketauhidan*) sebagaimana halnya doktrin yang disampaikan oleh Nabi Muhammad saw., mereka adalah penyembah-penyembah berhala.³ Lalu mereka kafir, karena setelah Muhammad diutus oleh Allah swt. untuk menyampaikan kebenaran, berupa “*al-Diin al-islam*”, mereka malah mengingkarinya dan sebahagian tidak mau beriman kepada Allah swt.

² Lihat Q.S. Ali Imran : 85

³ Al-Qur’an menyebutkan nama-nama sesembahan orang Arab pra-Islam di antaranya; al-Lata, al-‘Uzza, dan Manaa, lihat Q.S. al-Najam (53): 19, lihat pula penjelasan M. Quraish Shihab, *Wawasan al-Qur’an; Tafsir Maudhu’I atas Pelbagai Persoalan Umat*, Cet; II, (Bandung: Mizan, 1996), 14. Meski demikian, terdapat juga nama lain yang biasanya merupakan sesembahan suku atau tempat-tempat tertentu misalnya; *wadd, Suwa, Yaghut, Ya’ut, dan Nasr*. Bahkan beberapa ayat al-Qur’an mengindikasikan adanya penyembahan terhadap benda-benda langit dan juga malaikat, lihat Muhammad A. Bamyeh, *the Social Origin of Islam; Mind Economy Discourse*, (London: University of Minnesota Press, 1997), 81

Persoalannya sekarang adalah, bahwa kita hidup 15 abad setelah diturunkannya Islam pertama kali, kondisi sosial masyarakatnya sangat jauh berbeda dengan kondisi sosial masyarakat yang hidup saat ini. Sebab kita hidup di era global, di mana masyarakat bisa mengakses informasi dengan begitu cepat dari belahan dunia yang lain. Dan hal ini, tentunya sangat berpengaruh pada pola pikir masyarakat, sehingga masyarakat semakin kritis dan selektif.

Oleh karenanya, dalam mewujudkan misi dakwah yang sangat luhur ini, para aktivis dakwah akan berhadapan dengan tantangan dunia global, sebab masyarakat saat ini sudah sangat kritis dan selektif, termasuk kritis dan selektif dalam menerima materi-materi dakwah, mereka terkadang mempertanyakan apakah materi-materi dakwah tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka atau tidak?⁴ Bahkan, tidak jarang para *mustami*' (khususnya pada acara pengajian) menitipkan pesan-pesan khusus kepada muballighnya, misalnya; pesan untuk menyelipkan humor.⁵ Jadi tidak mengherankan jika ada muballigh yang mempertanyakan eksistensi dirinya selaku aktivis dakwah, "apakah dia seorang muballigh atau pelawak?".

Di samping itu, para aktivis dakwah juga berhadapan dengan realitas masyarakat yang prilakunya atau pola hidupnya bertentangan dengan ajaran Islam, seperti perilaku hidup *hedonistik*, *materialistik*, *pragmatis*, dan *rasionalistik*. Tantangan berikutnya adalah bersumber dari banyaknya faham-faham yang berkembang di dalam masyarakat, yang sebahagiannya "mungkin juga" terlahir dari kajian-kajian keislaman.

Berdasarkan latar belakang di atas, dan setelah melihat realitas masyarakat (baca: masyarakat muslim) yang sedemikian rupa, maka tentunya

⁴Dalam dua atau tiga dekade terakhir, materi-materi dakwah pada umumnya ditandai dengan upaya menghubungkan antara ajaran agama dan pembangunan masyarakat, dalam hal ini ajaran agama diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk lebih berpartisipasi dalam pembangunan, sambil membentengi para penganutnya dari segala dampak yang mungkin terjadi akibat pembangunan. Lihat M. Quraish Shihab, *Lentera Hati; Kisah dan Hikmah Kehidupan*, Cet. IV; (Mizan: Bandung, 1995), 71

⁵Afif Muhammad, *Islam Mazhab Masa Depan; Menuju Islam Non-Sektarian*, Cet. I; (Pustaka Hidayah: Bandung, 1998), 264

diperlukan sebuah strategi dakwah yang tepat, sehingga kegiatan dakwah yang dilakukan dapat bersaing di tengah-tengah arus informasi yang sangat kompetitif tadi. Dalam hal inilah, penulis akan mencoba menguraikan beberapa aspek yang menjadi tantangan para aktivis dakwah (muballigh) serta beberapa langkah strategis yang diharapkan bisa menjadi langkah solutif bagi pencapaian misi dakwah Islam.

TERMINOLOGI DAKWAH

Term Dakwah adalah serapan dari bahasa Arab, yakni dari kata *da'aa* (fi'il madhi) *yad'uu* (fi'il mudhari') yang berarti mengajak, (to call) memanggil, mengundang (to invite), mengajak (to summon), kata *dakwah* sendiri merupakan bentuk *masdar*, yang berarti ajakan atau panggilan.⁶

Secara terminologi, dakwah menurut Syekh Ali Makhfudz sebagaimana dikutip oleh Siti Muri'ah, adalah sebuah proses yang mendorong umat manusia agar melakukan kebaikan, dan mengikuti petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang perbuatan munkar, agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.⁷

Dalam redaksi yang berbeda, Muhammad Nasir menjelaskan bahwa dakwah adalah usaha menyampaikan dan menyerukan kepada perorangan manusia dan seluruh umat tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan perseorangan, berumah tangga, bermasyarakat dan bernegara.⁸

Sementara itu, Endang S. Anshari mendefinisikan istilah dakwah ke dalam 2 (dua) pengertian: yakni pengertian terbatas, dan pengertian secara luas. Dalam arti terbatas, dakwah ialah menyampaikan Islam kepada manusia secara lisan, tulisan ataupun lukisan, sedangkan dalam arti luas, dakwah merupakan

⁶Narson Munawir, *Kamus Al Munawwir*, (Yogyakarta: Pustaka Progresif, 1994), h. 439. Dakwah dalam pengertian di atas dapat dijumpai dalam al-Qur'an, misalnya; QS. Yusuf (12): 33, dan Q.S. Yunus (10): 25.

⁷Siti Muri'ah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), 3

⁸ *Ibid.*

penjabaran, penterjemahan dan pelaksanaan ajaran Islam dalam berbagai aspek kehidupan manusia, baik politik, pendidikan, sosial, dan ekonomi.⁹

Kemudian, Alwi Shihab menjelaskan bahwa Dakwah merupakan istilah teknis, di samping sebagai cara untuk memperteguh keimanan orang-orang yang telah islam, dakwah pada dasarnya juga dipahami sebagai upaya untuk mengimbau orang lain ke arah Islam.¹⁰ Oleh karenanya, selain menjadi saksi atas kebenaran islam, dakwah harus selalu menampilkan Islam yang menarik sehingga orang-orang di luar Islam akan tergerak ke arahnya. Selain itu, sebagai sebuah proses, dakwah terkadang dipahami sebagai kegiatan yang sangat praktis, yang diidentikkan dengan ceramah di atas mimbar saja, meskipun pandangan ini tidak sepenuhnya keliru, namun sangat penting untuk diluruskan.¹¹

KONDISI OBYEKTIF MAD'U (Sasaran Dakwah)

Khususnya di Indonesia, secara umum masyarakat Islam (baca: sasaran dakwah) nampaknya masih jauh dari cita-cita ideal Islam, hal ini dapat ditandai dengan dengan beberapa indikator berikut:

Pertama, sebahagian masyarakat belum bisa membedakan antara ajaran Islam dengan warisan budaya leluhur. Jika tidak hati-hati, maka hal ini dapat menimbulkan implikasi negatif di tengah-tengah masyarakat, karena ini dapat menyeret kepada perilaku menduakan Allah (*syirik*). Jika hal ini dibiarkan, maka Islam tidak akan bisa memerankan diri sebagai "*agen of social change*" (agen

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Adapun ayat-ayat al-Qur'an yang sering dikutip untuk menjadi sandaran upaya ini adalah QS. Yusuf (12): 108; esensi ayat ini adalah menyatakan tujuan dakwah yang merupakan panggilan kepada Allah dengan pesan-pesan yang jernih berdasarkan tauhid. Sedangkan dalam QS. al-Nahl (16): 125 mengelaborasi metode-metode dakwah yang meliputi; 1) kebijaksanaan/*hikmah*; b) nasehat yang baik/*al-mau'izah al-hasanah*; c) percakapan yang baik/*al-mujadlat al-hasanah*. Sementara, dalam QS. Fushilat (41): 33 berisi tentang pujian Allah terhadap orang-orang yang bekerja keras dalam dakwah. Lihat Alwi Shihab, *Islam Inklusif; Menuju Sikap Terbuka dalam Beragama*, Cet. IV; (Mizan: Bandung, 1998), 252

¹¹ Aep Kusnawan, *Ilmu Dakwah; Kajian Berbagai Aspek*, Cet. I; (Pustaka Baniy Quraisy: Bandung, 2004), 3.

perubahan sosial), sebagaimana yang telah diperankan oleh Rasulullah saw. lebih kurang 23 tahun lamanya.¹²

Kedua, adanya sekelompok umat Islam yang hanya asyik membina hubungannya dengan Allah saja (baca: kesalehan ritual), tanpa mau peduli dengan lingkungan sekitarnya (baca: kesalehan sosial), alias tidak memiliki kesalehan sosial, jika ini dibiarkan, maka akan muncul kelompok masyarakat yang fatalis, dan menerima keadaan apa adanya, tanpa adanya usaha yang kreatif untuk memakmurkan bumi ini.

Ketiga, Adanya kelompok masyarakat yang lebih mementingkan urusan keduniaan dan mengabaikan masalah ukhrawi, pribadi yang lahir dari kelompok ini cenderung mengedepankan *rasionalitas-pragmatis* dalam memandang segala persoalan hidupnya, jika ini dibiarkan, maka akan melahirkan kelompok masyarakat sekuler yang dengan tegas memisahkan antara agama dengan urusan duniawi.

Keempat, adanya sekelompok masyarakat yang mengedepankan wacana-wacana keberislaman dengan latar belakang masyarakat plural, yang tentunya jika sampai terbaca oleh masyarakat awam, yang jangkauan pemikirannya tidak sampai ke sana, maka akan menimbulkan kesalahfahaman.¹³ Padahal Nabi Muhammad telah mengingatkan, sebagaimana dikutip oleh Siti Muri'ah "Berbicaralah dengan mereka (manusia) sesuai dengan kemampuannya".¹⁴

¹²Dalam al-Qur'an masalah tersebut terindikasi pada QS. Al-Ra'ad (13): 11. lihat pula penjelasannya pada Wahyu Ilaihi, *Rekayasa Sosial Sebagai Strategi Dakwah*, dalam "Jurnal Ilmu Dakwah" vol. 7, No. 1 April 2003, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 47.

¹³Misalnya wacana keberagamaan yang mengedepankan nilai-nilai pluralis dalam kehidupan bermasyarakat, doktrin keberagamaan dilihat dari nilai-nilai universalitas agama. Lihat misalnya pandangan mengenai wacana ke-Islaman pasca-Soeharto dalam, Dedy Djamiluddin Malik dan Idy Subandy Ibrahim (ed.) *Zaman Baru Islam Indonesia; Pemikiran dan Aksi Politik Abdurrahman Wahid, M. Amin rais, Nurkholish Madjid, dan JalauddinRakhma* (Zaman Wacana Mulia: Bandung, 1998), 250-252

¹⁴Siti Muri'ah, *Strategi Dakwah Kontemporer*, 47. Lihat pula dengan Q.S. Ibrahim (14): 4; "Kami tidak mengutus seorang rasul pun, melainkan dengan bahasa kaumnya", term bahasa dalam konteks ayat tersebut lebih erat kaitannya dengan masalah sosio-kultur (budaya masyarakat), dengan demikian, berkenaan pula dengan keadaan atau kemampuan kaum yang

PERSOALAN MENDASAR DAKWAH ISLAM

1. Persoalan Internal

Problem yang bersifat internal merupakan persoalan yang datang dari umat Islam itu sendiri, di antaranya adalah:

- a. Adanya perbedaan sudut pandang atau pendekatan di kalangan umat Islam, dalam memandang suatu permasalahan yang berkembang pada masyarakat Islam. Sehingga yang muncul adalah persoalan krusial dan akumulatif, dan cenderung terjadi konflik internal umat Islam, baik pada dimensi sosial politik, ekonomi, serta dimensi ideologi.
- b. Banyaknya organisasi sosial keagamaan serta lembaga pendidikan agama Islam, baik formal maupun non-formal, pada masing-masing tingkatan pendidikan dan pada masing-masing wilayah, sehingga belum menghasilkan kesadaran dalam menyatukan visi serta misi dakwah.

2. Persoalan Eksternal

Persoalan eksternal yang dimaksud adalah masalah yang bersumber dari luar tetapi berpengaruh kepada pelaksanaan dakwah, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Sebagai contoh adalah gerakan kristenisasi, terutama yang berlangsung di daerah-daerah yang jauh dari akses pelaksanaan dakwah. Gerakan ini cenderung mendekati pemeluk islam yang masih labil, dan biasanya metode yang mereka gunakan adalah melalui pendekatan ekonomi, karena, kelemahan mendasar orang-orang islam yang ada di daerah adalah pada aspek ekonomi.

BEBERAPA LANGKAH STRATEGIS

Menghadapi *mad'u* (baca: sasaran dakwah) yang semakin kritis, dan tantangan dunia global yang semakin hari semakin kompleks tadi, serta untuk merancang strategi dakwah yang mumpuni, maka diperlukan sebuah pembenahan secara internal terhadap beberapa unsur dakwah; yaitu aktivis dakwah, materi

menerima dakwah. Lihat, H. Asep Muhiddin, *Dakwah dalam Perspektif al-Qur'an; Studi Kritis atas Visi, Misi, dan wawasan*, Cet. I; (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 17.

dakwah, metode dakwah, media dakwah. Pembentukan strategis tersebut meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

1. Peningkatan Sumber Daya Muballigh (SDM)

Untuk mencapai tujuan-tujuan dakwah secara maksimal, maka perlu didukung oleh para juru dakwah yang handal, kehandalan yang dimaksud meliputi kualitas yang seharusnya dimiliki oleh juru dakwah masa kini, yakni adanya dua kompetensi yang dimiliki yakni: kompetensi *substansif* dan kompetensi *metodologis*.

Kompetensi substansif adalah berupa penguasaan terhadap materi-materi ajaran Islam secara tepat dan benar, bahkan secara universal. Sebab, manakala seorang muballigh kurang menguasai substansi materi yang disajikan, maka akan mengalami kesulitan ketika berinteraksi dengan masyarakat (mad'u). Harus diingat, masyarakat muslim saat ini sangat kritis, sehingga tidak jarang mereka mempertanyakan sumber-sumber rujukan yang disampaikan oleh muballigh. Hal ini terjadi karena masyarakat juga sudah semakin sadar akan pentingnya diskusi, dialog, *sharing* pengetahuan mengenai persoalan islam dan kemasyarakatan.

Sementara, kompetensi metodologis adalah kemampuan juru dakwah dalam mensosialisasikan ajaran Islam di tengah-tengah masyarakat. Kompetensi metodologis ini berupa kemampuan juru dakwah dalam memilih dan memutuskan pendekatan yang digunakan, termasuk pula keterampilan berpidato di atas mimbar maupun kemampuan berinteraksi dengan masyarakat. Untuk mencapai keduanya salah satu cara yang harus dilalui adalah meningkatkan kualitas pendidikan muballigh.

2. Pelatihan Pengayaan Wawasan Muballigh

Dalam kaitan ini, Pengayaan wawasan muballigh dimaksudkan untuk menunjang penguasaan substansi ajaran Islam, mengingat, tugas

berat seorang muballigh yang tidak sekedar menyampaikan janji-janji Allah dan ancaman-Nya (*basyiran wa naziiran*), tetapi lebih jauh tugas muballigh adalah sebagai mobilisator dan katalisator perubahan sosial (*agent of social change*). Pelatihan dimaksud merupakan langkah strategis karena seorang muballigh diharapkan pula akan dapat mengimplementasikan konsep “*ulul albab*” dalam skema al-Qur’an, atau “*rausan fikr*” dalam gagasan Ali Syari’ati sebagaimana dikutip oleh Ahmad Anas,¹⁵ di mana seorang muballigh idealnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Memiliki sikap pluralis, sehingga mampu memandang suatu kebenaran agama dalam tataran universal-holistis, dengan mengembangkan sikap toleransi antar-sesama pemeluk agama (yang diturunkan dari langit), sehingga Islam dapat diterima dalam konteks antar-lintas mazhab dan aliran;
- b) Memiliki wacana keilmuan yang komprehensif dalam berbagai dimensi sosial kemasyarakatan, tidak sekedar menguasai “ilmu-ilmu agama”, apalagi kalau hanya berorientasi pada *fiqih sentris*, tanpa ada upaya mengintegrasikan dengan disiplin ilmu-ilmu sosial lainnya;
- c) Memiliki wawasan pemikiran dan daya empiris yang luas dan kuat, sehingga mampu mengemas materi-materi dakwah yang argumentatif-filosofis, dan memberi mampu memberi pencerahan kepada obyek dakwah mengenai dimensi-dimensi keberagamaan (baca: Islam) yang lebih luas dan fleksibel;
- d) Mempunyai daya kepekaan sosial dan dan wawasan lingkungan yang cukup, yang dapat menimbulkan *ghirah* intelektual yang mapan bukan sekedar intelegensia yang marginal;

¹⁵ Ahmad Anas, *Paradigma Dakwah; Aplikasi Teoritis dan Praktis Dakwah Sebagai Solusi Problematika Kekinian*, Cet. I; (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006), 113-4

- e) Selalu intens dengan perkembangan-perkembangan baru, baik yang beskala nasional maupun internasional, dan mampu mentransformasikannya pada umat tanpa menimbulkan kegelisahan dan perpecahan umat.
3. Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Modern sebagai Media Dakwah

Salah satu langkah yang juga strategis dan efektif dalam menyebarkan ajaran-ajaran Islam adalah melalui media informasi, baik media cetak maupun media elektronik. Kemajuan di bidang informasi dan telekomunikasi harus dapat dimanfaatkan dengan maksimal oleh para juru dakwah, sebab dengan cara itulah, maka dakwah Islam dapat diterima dalam skala yang sangat luas dan dalam waktu yang cukup singkat. Sebab, tak dapat dipungkiri, bahwa salah satu aspek kelemahan Sumber Daya Manusia (SDM) para aktivis dakwah adalah masih rendahnya volume pemanfaatan teknologi modern sebagai media dakwah.

Oleh karenanya, hal yang sangat mendesak dilakukan saat ini adalah pelatihan untuk membekali keterampilan khusus para aktivis dakwah dalam memanfaatkan media-media modern. Dan akan lebih ideal lagi manakala dibekali pula keterampilan dalam mengelola sebuah media, sehingga media-media yang ada tidak selamanya dikuasai oleh Non-Islam.

Realitas ini pulalah yang selama ini terjadi di masyarakat, dimana media-media informasi dikuasai oleh non-Islam. Kalaupun ada orang islam yang menguasai media, itupun untuk kepentingan komersial semata, sehingga nyaris tidak memiliki (untuk tidak mengatakan tidak memiliki komitmen sama sekali) komitmen terhadap dakwah Islam. Sehingga yang terjadi adalah jam tayang siaran-siaran kerohanian ditayangkan pada saat pemirsa masih tertidur pulas. Kondisi ini tentunya akan mempengaruhi jumlah pemirsa yang menyaksikan sebuah tayangan, termasuk tayangan kerohanian.

4. Pengembangan Pendekatan Dakwah Fardhiyah

Pendekatan dakwah fardhiyah maksudnya adalah menjadikan pribadi dan keluarga sebagai sendi utama dalam aktivitas dakwah. Pendekatan ini tentunya sangat strategis untuk dikembangkan terus, mengingat, usaha membentuk masyarakat yang dicirikan oleh Islam idealnya berawal dari pembinaan pribadi dan keluarga, sebab lingkungan keluarga merupakan elemen sosial yang sangat strategis dan dapat mewarnai masyarakat secara luas.

Pembinaan pribadi dan keluarga ini dapat ditempuh melalui dua cara: yaitu; *pertama*, peningkatan fungsi orang tua sebagai tauladan dalam rumah tangga; *kedua*, membentuk Konsultan Keluarga Sakinah (KKS) dan atau mengintensifkan pemberdayaannya dalam setiap komunitas muslim. Untuk melaksanakan program ini diperlukan tenaga penyuluh dan *counselor* Islam yang handal baik secara teoritis maupun secara praktis.¹⁶

5. Mempertahankan Pendekatan Dakwah Kultural

Dakwah struktural adalah pendekatan dakwah yang sangat strategis, hal ini, karena pendekatan dakwah kultural memiliki kelebihan di antaranya; *pertama*, dakwah islam dengan pendekatan kultural ini bersifat akomodatif terhadap nilai-nilai budaya tertentu secara inovatif dan kreatif tanpa menghilangkan aspek substansial keagamaan. *Kedua*, menekankan pentingnya kearifan dalam memahami kebudayaan komunitas tertentu sebagai sasaran dakwah, jadi dakwah kultural adalah dakwah yang bersifat *button up* dengan melakukan pemberdayaan kehidupan beragama

¹⁶Usman Jasad, *Strategi Penyiaranb islam*, “makalah” disampaikan dalam Seminar Nasional Strategi Pengembangan Keilmuan dan Kurikulum Dakwah, dan Kongres Nasional I Profesi Dakwah Islam (APDI), di Bandung pada tanggal 13-14 Mei 2003, 3.

berdasarkan nilai-nilai spesifik yang dimiliki oleh masyarakat (baca: sasaran dakwah).

6. Mengintensifkan Pendekatan Dakwah Struktural

Dakwah struktural adalah kebalikan dari pada dakwah kultural, dakwah struktural bersifat *top down*, yakni gerakan dakwah yang menjadikan kekuasaan, birokrasi, dan kekuatan politik sebagai alat untuk memperjuangkan dan membumikan ajaran Islam.

Dakwah dengan pendekatan struktural ini sangat strategis dipertahankan dan dikembangkan terus, karena bagaimanapun juga, dakwah sebagai sebuah proses yang melibatkan masyarakat secara luas, manakala tidak didukung secara politis maupun melalui pendekatan kekuasaan (baik melalui kebijakan legislatif maupun eksekutif), maka gerakan dakwah akan mengalami sedikit masalah, meskipun hal ini bukanlah satu-satunya penentu. Gerakan dakwah dengan pendekatan struktural ini, akan berdampak secara luas bagi masyarakat terutama bagi kalangan aktivis dakwah, karena dengan pendekatan ini, maka para aktivis dakwah akan lebih mudah mengakses berbagai kepentingan masyarakat, mulai dari kalangan atas sampai pada masyarakat bawah.

7. Menformat Materi Dakwah yang Aktual dan Relevan

Secara umum, materi-materi dakwah mencakup persoalan aqidah, akhlaq, ibadah/syari'ah, dan muamalah. Namun demikian, materi yang bersifat umum tersebut, tidak akan menarik manakala tidak diformat sedemikian rupa. Kesalahan dalam memilih materi dakwah untuk kelompok masyarakat tertentu dapat mengakibatkan para jama'ah menjauh dari Islam. Karena proses dakwah yang tidak terorganisir dengan profesional ini dapat mengakibatkan pula para *mad'u* (baca: sasaran dakwah) tidak memperoleh manfaat dari materi-materi dakwah yang disajikan terutama dalam upaya mencari solusi terhadap persoalan yang

mereka hadapi, padahal salah satu tujuan dakwah adalah memberi solusi/jalan keluar terhadap berbagai persoalan umat. Dengan demikian, untuk mencapai hasil maksimal, maka diperlukan kerja keras dalam menggali dan memformat materi-materi dakwah yang sesuai dengan dinamika kehidupan masyarakat saat ini.

8. Monitoring dan Evaluasi (monev) Program Dakwah

Monitoring dan evaluasi dakwah ini sangat penting untuk menemukan aplikasi dakwah yang benar-benar relevan dengan kebutuhan *mad'u*. Dalam hal ini, paling tidak ada 2 (dua) unsur yang sangat strategis untuk diperhatikan; *pertama*, mengenai metodologi dakwah yang digunakan, apakah metode dakwah yang diterapkan sudah efektif ataukah belum efektif; *kedua*, dari aspek materi-materi dakwah yang disampaikan kepada masyarakat, apakah materi-materi dakwah relevan dengan harapan masyarakat. Dengan mengadakan evaluasi terhadap materi dakwah, maka diharapkan perencanaan dakwah ke depan akan lebih terorganisir dan tepat sasaran, sehingga pemahaman dan pengamalan agama oleh masyarakat dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa; karakteristik masyarakat masa kini sebagai sasaran dakwah sangat kompleks. Sehingga kenyataan tersebut memerlukan penerapan strategi dakwah yang efektif dan dapat bersaing.

Dengan menerapkan beberapa langkah strategi dakwah sebagaimana yang direncanakan, maka paling tidak ada beberapa kemungkinan yang dapat terjadi: *pertama*, Para aktivis dakwah (baca: muballigh) dapat meningkatkan kualitasnya, khususnya dalam peningkatan kualitas pendidikan, dan wawasan keagamaan yang terintegrasi dengan wawasan keilmuan yang lain; *kedua*, para aktivis dakwah (baca: muballigh) dapat mempertimbangkan penggunaan media

informasi sebagai sarana dakwah secara profesional; *ketiga*, pelaksanaan dakwah dapat terevaluasi dengan baik, baik dari aspek metodologi pendekatan maupun dari aspek materi-materi yang disampaikan kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan terjemahnya

Anas, Ahmad, *Paradigma Dakwah; Aplikasi Teoritis dan Praktis Dakwah Sebagai Solusi Problematika Kekinian*, Cet. I; Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006.

Muhammah, Afif, *Islam Mazahab Masa Depan; Menuju Islam Non-Sektarian*, Cet. I; Bandung: Pustaka Hidayah, 1998.

Kusnawan, Aep (ed.), *Ilmu Dakwah; Kajian Berbagai Aspek*, Cet. I; Bandung: Pustaka banyu Quiraisy, 2004.

Ma'arif, A. Syafi'i, *Peta Bumi Intelektualisme Islam di Indonesia*, Cet. I; Bandung: Mizan, 1993.

Muri'ah, Siti, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, Cet. I; Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000.

Shihab, M. Quraish, *Membumikan al-Qur'an; Fungsi dan Peran wahyu dalam Kehidupan masyarakat*, Cet. XVIII; Bandung: Mizan, 1998.

-----, *Wawasan al-Qur'an; Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat*, Cet; II, Bandung: Mizan, 1996.

-----, *Lentera Hati; Kisah dan Hikmah Kehidupan*, Cet. IV; Mizan: Bandung, 1995.

Shihab, Alwi, *Islam Inklusif; Menuju Sikap Terbuka dalam Beragama*, Cet. IV; Mizan: Bandung, 1998.

Jasad, Usman, "Strategi Penyiaran Islam", *Makalah*, disampaikan dalam Seminar Nasional Pengembangan Keilmuan dan Kurikulum Dakwah, di Bandung tahun 2003.

Bamyeh, Muhammad A., *the Social Origin of Islam; Mind Economy Discourse*, London: University of Minnesota Press, 1997.

Munawir, Narson, *Kamus Al Munawwir*, Yogyakarta: Pustaka Progresif, 1994.

Ilaihi, Wahyu, *Rekayasa Sosial Sebagai Strategi Dakwah*, dalam "Jurnal Ilmu Dakwah" vol. 7, No. 1 April 2003, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Malik, Dedy Djamaluddin, dan Idy Subandy Ibrahim (ed.) *Zaman Baru Islam Indonesia; Pemikiran dan Aksi Politik Abdurrahman Wahid, M. Amin Rais, Nurkholish Madjid, dan Jalauddin Rakhmat* (Zaman Wacana Mulia: Bandung, 1998.

Muhiddin, H. Asep, *Dakwah dalam Perspektif al-Qur'an; Studi Kritis atas Visi, Misi, dan Wawasan*, Cet. I; Bandung: Pustaka Setia: 2002.