

Strategi Dakwah Dalam Merespon Problematika Umat

Miftahuddin

ABSTRAK

Islam adalah agama dakwah, artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah, bahkan maju mundurnya umat Islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya. Dakwah adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang bersifat menyeru atau mengajak kepada orang lain untuk mengamalkan ajaran Islam. Dakwah merupakan suatu proses penyampaian ajaran Islam yang dilakukan secara sadar dan sengaja.

A. Latar Belakang

Aktivitas kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara atau metode dan direncanakan dengan tujuan mencari kebahagiaan hidup dengan dasar keridhaan Allah swt. Dakwah adalah usaha peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap bathin dan perilaku umat yang tidak sesuai menjadi sesuai dengan tuntunan syariat untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Da'i harus mempunyai pemahaman yang mendalam bukan saja menganggap bahwa dakwah dalam frame "*amar ma'ruf nahi mungkar*", sekedar menyampaikan saja melainkan harus memenuhi beberapa syarat, yakni mencari materi yang cocok, mengetahui psikologis objek dakwah, memilih metode yang representatif, menggunakan bahasa yang bijaksana dan sebagainya. Secara konvensional, subjek dakwah terdiri dari da'i (mubaligh) dan pengelola dakwah.¹

Komposisi subjek dakwah tersebut muncul karena dakwah selama ini lebih diartikan atau dititikberatkan pada dialog lisan (verbal) saja. Da'i sering diidentikkan dengan penceramah, sementara pengelola dakwah adalah penyelenggara kegiatan dakwah yang dilembagakan dalam institusi permanen (*ta'mir masjid*, pengurus pengajian dan sebagainya) atau institusi sementara dalam bentuk kepanitiaan. Subjek dakwah, lembaga atau pusat dakwah, adalah institusi atau organisasi yang menjalankan atau mempunyai usaha berupa kegiatan dakwah.²

Mendakwahkan Islam berarti memberikan jawaban Islam terhadap berbagai permasalahan umat. Karenanya dakwah Islam selalu terpanggil untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang sedang dan akan dihadapi oleh umat manusia. Meskipun misi dakwah dari dulu sampai kini tetap pada mengajak umat manusia ke dalam sistem Islam, namun tantangan dakwah berupa problematika umat senantiasa berubah dari waktu ke waktu.

Permasalahan yang dihadapi oleh umat selalu berbeda baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Namun demikian, permasalahan-permasalahan umat tersebut perlu diidentifikasi dan dicari solusi pemecahan yang relevan dan strategis melalui pendekatan-pendekatan dakwah yang sistematis, smart, dan profesional.

¹Munzier Suparta dan Harjani (Ed.), *Metode Dakwah*, (Jakarta: Rahmat Semesta, 2003), hlm. 6.

²Achyar Eldin, *Dakwah Strategik*, (Jakarta: Pustaka Tarbiyatuna, 2003), hlm. 30-31.

B. Melihat Problematika Umat.

Dinamisasi kehidupan global yang semakin tinggi dan kompetitif telah mengiring umat manusia senantiasa memandang persoalan hidup secara pragmatis, logis, serba instan, dan bahkan matematis. Keadaan demikian di samping membawa manfaat berupa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin memudahkan aktifitas manusia, juga telah membawa implikasi negatif berupa lemahnya semangat transendental dan mudahnya hubungan-hubungan sosial. Implikasi ini berlangsung demikian lama, sehingga dewasa ini telah melahirkan berbagai kenyataan sosial yang cukup bertentangan dengan cita-cita ideal Islam.

Realitas sosial di atas ada yang tidak sesuai dengan cita ideal Islam, karenanya harus diubah melalui dakwah Islam. Mengingat kenyataan-kenyataan sosial tersebut banyak dijumpai dalam beberapa komunitas Islam dengan permasalahan yang berbeda-beda, maka diperlukan paradigma baru dalam melakukan dakwah Islam yang mempertimbangkan jenis dan kualitas permasalahan yang dihadapi oleh umat. Di sinilah institusi-institusi dakwah dituntut dapat melakukan usaha-usaha dakwah secara sistematis dan profesional melalui langkah-langkah yang strategis, sebagaimana yang diisyaratkan dalam surat at-Taubah ayat 105:

وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون

Artinya: bekerjalah kamu (secara profesional) maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang Mukmin akan melihat pekerjaanmu itu.

C. Strategi Dakwah dalam Merespon Problematika Umat.

Untuk mengatasi berbagai persoalan umat yang begitu kompleks, institusi dakwah tidak cukup hanya dengan dengan melakukan program dakwah yang konvensional, sporadis, dan reaktif, tetapi harus bersifat profesional, strategis, dan pro-aktif. Menghadapi sasaran dakwah (mad'u) yang semakin kritis dan tantangan dunia global yang makin kompleks dewasa ini, maka diperlukan strategi dakwah yang mantap, sehingga aktivitas dakwah yang dilakukan dapat bersaing di tengah bursa informasi yang semakin kompetitif.

Ada beberapa rancangan dakwah yang dapat dilakukan untuk menjawab permasalahan dewasa ini, yaitu:³

1. Memfokuskan aktivitas dakwah untuk mengentaskan kemiskinan umat.
2. Menyiapkan elit strategis Muslim untuk disuplai ke berbagai jalur kepemimpinan bangsa sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing.
3. Membuat peta sosial umat sebagai informasi awal bagi pengembangan dakwah
4. Mengintegrasikan wawasan etika, estetika, logika, dan budaya dalam berbagai perencanaan dakwah
5. Mendirikan pusat-pusat studi dan informasi umat secara lebih profesional dan berorientasi pada kemajuan iptek
6. Menjadikan masjid sebagai pusat kegiatan: ekonomi, kesehatan dan kebudayaan umat Islam. Karenanya, sistem manajemen kemasjidan perlu ditingkatkan

³ Kontowijoyo, *Dinamika Sejarah Umat Islam Indonesia*, (Yogyakarta: Salahudin Press, 1985), hlm. 120. juga Syahrin Harahap, *Islam: Konsep dan Implementasi Pemberdayaan*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1999), hlm. 143-145.

7. Menjadikan sebagai pelopor yang propertis, humanis, dan transformatif. Karenanya perlu dirumuskan pendekatan-pendekatan dakwah yang progresif dan inklusif. Dakwah Islam tidak boleh hanya dijadikan sebagai objek dan alat legitimasi bagi pembangunan yang semata-mata bersifat ekonomis-pragmatis berdasarkan kepentingan sesaat para penguasa.

Untuk merencanakan strategi dakwah yang mumpuni, maka diperlukan pembenahan secara internal terhadap beberapa unsur yang terlibat dalam proses dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah Da'i/juru dakwah (aktivis dakwah) materi dakwah, metode dakwah, dan alat atau media dakwah.

Pembenaran strategis terhadap unsur tersebut dapat dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Peningkatan sumber daya muballigh/Da'i (SDM)

Untuk mencapai tujuan dakwah secara maksimal, maka perlu dukungan oleh para juru dakwah yang handal. Keandalan tersebut meliputi kualitas yang seharusnya dimiliki oleh seorang juru dakwah yang sesuai dengan tujuan dewasa ini. Aktivitas dakwah dipandang sebagai kegiatan yang diperlukan keahlian. Mengingat suatu keahlian memerlukan penguasaan pengetahuan, maka para aktivis dakwah (Da'i/muballigh) harus memiliki kualifikasi dan persyaratan akademik dan empirik dalam melaksanakan kewajiban dakwah.⁴

Di era modern ini, juru dakwah perlu memiliki dua kompetensi dalam melaksanakan dakwah, yaitu : kompetensi substantif dan kompetensi metodologis. Kompetensi substantif meliputi penguasaan seorang juru dakwah terhadap ajaran-ajaran Islam secara tepat dan benar. Kompetensi metodologis meliputi kemampuan juru dakwah dalam mensosialisasikan ajaran-ajaran Islam kepada sasaran dakwah (*mad'u*).⁵

2. Pemanfaatan Teknologi Modern sebagai Media Dakwah

Salah satu sasaran yang efektif untuk menyebarluaskan ajaran-ajaran Islam adalah alat-alat teknologi modern di bidang informasi dan komunikasi. Kemajuan di bidang informasi dan telekomunikasi harus dimanfaatkan oleh aktivis dakwah sebagai media dalam melakukan dakwah Islam, sebab dengan cara demikian ajaran agama Islam dapat diterima dalam waktu yang relatif singkat oleh sasaran dakwah dalam skala luas.

Dalam hal ini, lembaga-lembaga dakwah masih banyak yang belum dapat memanfaatkan akses teknologi-informasi secara maksimal, begitu juga dengan penyediaan dakwah modern, misal TV. Hingga kini masih menjadi impian. Oleh karena itu, lembaga dakwah perlu membangun sinergis antar kekuatan guna merealisasikannya dalam rangka mengimbangi laju informasi dan meredam program-program TV yang tidak mendidik dan cenderung merusak tatanan masyarakat.

3. Pengembangan Metode Dakwah Fardhiyah.

Untuk menjawab tantangan dunia global, maka perlu dikembangkan metode dakwah fardhiyah, yaitu metode dakwah yang menjadikan pribadi dan keluarga sebagai sendi utama dalam aktivitas dakwah. Dalam usaha membentuk masyarakat yang dicirikan

⁴ Asep Muhyidin, *Dakwah dalam Perspektif al-Qur'an: Studi Kritis atas Visi, Misi dan Wawasan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hlm. 34.

⁵ Abdul Munir Mulkhan, *Ideologi Gerakan Dakwah: Episode Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir*, (Yogyakarta: Sipsess, 1996), hlm. 237.

oleh Islam harus berawal dari pembinaan pribadi dan keluarga yang Islami, sebab lingkungan keluarga merupakan elemen sosial yang amat strategis dan memberi corak paling dominan bagi pengembangan masyarakat secara luas.

Pembinaan pribadi dan keluarga yang Islami ini dapat ditempuh melalui dua cara, yaitu: *pertama*, peningkatan fungsi orang tua (ibu dan bapak) sebagai tauladan dalam rumah tangga; *kedua*, perlunya dibentuk lembaga konsultan keluarga sakinah (KKS) dan klinik rohani Islam (KRI) dalam setiap komunitas Muslim. Untuk pelaksanaan KKS dan KRI ini diperlukan tenaga penyuluh dan counselor Islam yang handal baik secara teoritis maupun secara praktis.⁶

Di sinilah peran lembaga dakwah untuk membina dan mendorong agar anggotanya mengembangkan dakwah fardiyah sehingga masing-masing keluarga dapat terpantau dan terkendali, sekaligus menjadi benteng kontrol sosial.

4. Penerapan Dakwah Kultural

Dakwah kultural adalah dakwah Islam dengan pendekatan kultural, yaitu: pertama, dakwah yang bersifat akomodatif terhadap 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 bottom-up dengan melakukan pemberdayaan kehidupan beragama berdasarkan nilai-nilai spesifik yang dimiliki oleh sasaran dakwah. Lawan dari dakwah kultural adalah dakwah struktural, yaitu dakwah yang menjadikan kekuasaan, birokrasi, kekuatan politik sebagai alat untuk memperjuangkan Islam. Karenanya dakwah struktural lebih bersifat top-down.⁷

Secara sunnatullah, setiap komunitas manusia, etnis, dan daerah memiliki kehasan dalam budaya. Masing-masing memiliki corak tersendiri dan menjadi kebanggaan komunitas bersangkutan. Dalam melakukan dakwah Islam corak budaya yang dimiliki oleh komunitas tertentu dapat dijadikan sebagai media dakwah yang ampuh dengan mengambil nilai kebajikannya dan menolak kemunkaran yang terkandung dalamnya.

Perbedaan penghayatan dan pengamalan agama selalu dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti: karakteristik individu, umur, lingkungan sosial, dan lingkungan alam. Kelahiran mazhab dalam Islam pun turut dipengaruhi oleh faktor alam dan geografis. Karena itu, akan selalu ada perbedaan cara beragama antar orang desa dan kota, petani dengan nelayan, masyarakat agraris dan masyarakat industri, dan sebagainya. Perbedaan-perbedaan itu perlu dimengerti oleh para aktivis dakwah supaya dakwah Islam yang dilakukan dapat menyesuaikan diri dengan kondisi objektif manusia yang dihadapi dan kecenderungan dinamika kehidupan mutakhir.

Dalam melakukan dakwah kultural, para aktivis dakwah harus menawarkan pemikiran dan aplikasi syari'at Islam yang kaffah dan kreatif. Materi-materi dakwah perlu disistematisasikan dalam suatu rancangan sillabi dakwah berdasarkan kecenderungan dan kebutuhan mad'u.

⁶ Mohammad Noer, "Dakwah untuk Umat," *Makalah* dalam Workshop Program Studi Sejenis Ditjen Pendidikan Islam Depag RI, 2007, hlm. 5.

⁷ *Ibid.*

Para aktivis dakwah tidak boleh langsung ‘menghakimi’ jama’ah berdasarkan persepsinya sendiri, tanpa mempertimbangkan apa sesungguhnya yang sedang mereka alami. Karena itu materi dakwah kultural tidak semata-mata bersifat fiqh sentries, melainkan juga materi-materi dakwah yang aktual dan bernilai praktis bagi kehidupan umat dewasa ini. Kaedah formal ketentuan-ketentuan syari’ah yang selama ini merupakan tema utama pengajian dan khutbah harus diimbangi dengan uraian mengenai hakikat, substansi, dan pesan moral yang terkandung dalam ketentuan syari’ah dan fiqh tersebut.

Seiring dengan pergeseran ini, maka tema-tema dakwah pun yang muncul ke permukaan adalah masalah-masalah yang menyangkut lingkungan hidup, polusi udara, perubahan iklim, pemanasan global, etika bisnis dan kewiraswastaan dan, bio-teknologi dan cloning, HAM, demokrasi, supremasi hukum, etika politik, kesenjangan sosial ekonomi dan pemerataan hasil-hasil pembangunan, budaya dan teknologi informasi, gender, dan tema-tema kontemporer lainnya.

Keharusan untuk medesain ulang tema-tema dakwah ini merupakan tuntunan modernisasi spiritualitas Islam yang tidak dapat ditawar-tawar lagi. Sebab, problema yang muncul di zaman modern jauh lebih kompleks dan memerlukan respon yang lebih beragam dan akomodatif.⁸ Di sinilah lembaga dakwah secara sistematis memberikan respon-proaktif bukan reaktif yang sporadis. Sehingga dampaknya dapat dirasakan oleh umat secara konkrit.

5. Monitoring dan Evaluasi Dakwah

Aktivis dakwah yang mencakup segi-segi kehidupan yang amat luas hanya dapat berlangsung dengan efektif dan efisien apabila sebelumnya telah dilakukan persiapan dan perencanaan yang matang.⁹ Untuk melakukan persiapan dan perencanaan yang matang, maka diperlukan monitoring dan evaluasi dakwah. Dari monitoring dan evaluasi inilah dapat diperoleh informasi tentang permasalahan umat-umat yang selanjutnya dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam melakukan persiapan dan perencanaan dakwah. Pada aspek ini sering kurang mendapatkan perhatian secara serius dan profesional oleh lembaga dakwah, sehingga banyak program-program dakwah yang terkadang tanpa termonitoring dan terevaluasi secara baik dan dibiarkan berjalan ala kadarnya.

Monitoring dan evaluasi dakwah ini sangat diperlukan untuk mendapat informasi yang akurat mengenai tingkat keberhasilan dakwah. Dalam evaluasi tersebut akan terlihat kelebihan dan kekurangan dakwah yang telah dilaksanakan, tingkat relevansi paket-paket dakwah yang ditawarkan dengan kebutuhan *mad’u* (sasaran dakwah), dan sejauh mana aktivitas dakwah yang telah dilakukan dapat mentransformasikan cita ideal Islam ke dalam realitas empirik umat.

6. Membuat Pemetaan (Peta Dakwah)

Salah satu usaha untuk mengetahui materi dan metode dakwah yang dibutuhkan oleh kelompok masyarakat tertentu adalah melalui penyusunan peta dakwah. Peta dakwah adalah gambaran (deskriptif) menyeluruh tentang berbagai komponen yang terlibat dalam proses dakwah.

⁸ Azyumardi Azra, *Konteks Berteologi di Indonesia: Pengalaman Islam*, (Jakarta: Paramadina, 1999), hlm. 14.

⁹Anwar Masy’ari, *Butir-Butir Problematika Dakwah Islamiyah*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1992), hlm. 49.

Adapun komponen pokok yang akan dimuat dalam peta dakwah ini, yaitu:¹⁰ pertama, komponen yang berkaitan dengan keadaan umat Islam sebagai sasaran dakwah; kedua, komponen yang berkaitan dengan proses yang berkaitan dengan pelaksanaan dakwah. Komponen yang terkait dengan keadaan umat Islam, seperti: tingkat sosial ekonomi, tingkat pendidikan, pekerjaan pokok dan sampingan, religiulitas/keberagamaan, integrasi sosial, mobilitas sosial dan dan lain sebagainya. Komponen yang terkait dengan proses pelaksanaan dakwah, seperti: aktivitas lembaga-lembaga dakwah, keadaan muballigh/ aktivis dakwah, metode dakwah yang digunakan, materi dakwah yang disajikan, pra sarana dakwah yang tersedia, dan lain sebagainya.

D. Penutup

Dinamisasi kehidupan masyarakat sebagai sarana dakwah dewasa ini semakin kompleks dan menuntut perlunya perubahan paradigma strategi dakwah Islam. Strategi dakwah Islam yang diyakini dapat menjawab tantangan zaman tersebut, meliputi: peningkatan sumberdaya da'i/muballigh (SDM), pemanfaatan teknologi modern sebagai media dakwah, penerapan metode dakwah fardhiyah dan dakwah kultural, monitoring dan evaluasi dakwah, serta penyusunan peta dakwah.

Tanpa strategi dakwah Islam yang sistematis dan profesional, maka lembaga dakwah yang menghimpun da'i-da'i yang bertugas mendakwahkan nilai-nilai Islam akan kehilangan andil dalam membentuk masyarakat yang religius dan beradab.

Daftar Pustaka

- Azra, Azyumardi, *Konteks Berteologi di Indonesia: Pengalaman Islam*, Jakarta: Paramadina, 1999.
- Eldin, Achyar, *Dakwah Strategik*, Jakarta: Pustaka Tarbiyatuna, 2003.
- Harahap, Syahrin, *Islam: Konsep dan Implementasi Pemberdayaan*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1999.
- Kontowijoyo, *Dinamika Sejarah Umat Islam Indonesia*, Yogyakarta: Salahudin Press, 1985.
- Masy'ari, Anwar, *Butir-Butir Problematika Dakwah Islamiyah*, Surabaya: Bina Ilmu, 1992.
- Muhyidin, Asep, *Dakwah dalam Perspektif al-Qur'an: Studi Kritis atas Visi, Misi dan Wawasan*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Mulkhan, Abdul Munir, *Ideologi Gerakan Dakwah: Episode Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir*, Yogyakarta: Sypress, 1996.
- Noer, Mohammad, "Dakwah untuk Umat," *Makalah* dalam Workshop Program Studi Sejenis Ditjen Pendidikan Islam Depag RI, 2007.
- Suparta, Munzier dan Harjani (Ed.), *Metode Dakwah*, Jakarta: Rahmat Semesta, 2003.

¹⁰ Mohammad Noer, *Op. Cit.*, hlm. 7.