



strategi Dakwah

Teori, Konsep, dan Implementasi Strategi Dakwah
di Era Konvergensi Media

M. Hamdan Yuwafik, S.Sos., M.Sos

STRATEGI DAKWAH

**Teori, Konsep, dan Implementasi Strategi Dakwah
di Era Konvergensi Media**

Penulis

Muhammad Hamdan Yuwafik, S.Sos., M.Sos

ISBN:

.....

Layout dan Desain

Miftakhul Khoirun Nisa' S. Farm

Tahun Terbit:

2025

Penerbit:

Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang

Redaksi:

Jl. Keramat, Dusun Gandon Barat, Desa Sukolilo,
Jabung, Malang, Jawa Timur 65155

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan dan penyelesaian buku berjudul *“Strategi Dakwah: Teori, Konsep dan Implementasi Strategi Dakwah di Era Konvergensi Media”* tidak dapat dilepaskan dari dukungan, doa, serta bimbingan berbagai pihak yang dengan ketulusan hati memberikan kontribusi moral, intelektual, dan spiritual sepanjang proses penulisan hingga penerbitannya. Oleh karena itu, pada kesempatan yang penuh rasa syukur ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah kebersamai, menguatkan, dan menginspirasi penulis dalam mewujudkan karya ilmiah ini sebagai bagian dari ikhtiar pengembangan keilmuan dakwah yang adaptif terhadap dinamika media kontemporer.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang mendalam penulis sampaikan kepada istri tercinta, **Miftakhul Khoirun Nisa’, S.Farm**, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, ketenangan, dan motivasi dalam setiap tahap penulisan buku ini. Dukungan yang diberikan tidak hanya berupa perhatian dan pengorbanan waktu, tetapi juga dalam bentuk doa, kesabaran, serta pengertian yang luar biasa ketika

penulis harus membagi waktu antara tanggung jawab keluarga dan komitmen akademik. Kehadiran istri sebagai pendamping hidup telah menjadi energi positif yang mendorong penulis untuk tetap konsisten, disiplin, dan bersemangat dalam menyelesaikan karya ini, meskipun di tengah berbagai keterbatasan dan tantangan yang dihadapi.

Rasa hormat dan bakti yang tak terhingga penulis haturkan kepada ibunda tercinta, **Binti Rosidah** dan **Ibu Mudayaroh**, yang dengan kasih sayang dan doa-doa tulusnya senantiasa menyertai setiap langkah penulis. Nilai-nilai keteladanan, kesabaran, keikhlasan, serta semangat dalam menuntut ilmu yang ditanamkan sejak dini telah menjadi fondasi utama dalam perjalanan intelektual dan spiritual penulis. Doa seorang ibu merupakan kekuatan yang tak ternilai, yang senantiasa mengiringi proses berpikir, menulis, dan merefleksikan gagasan-gagasan dakwah dalam buku ini agar tetap berpijak pada nilai-nilai keislaman yang rahmatan lil 'alamin.

Penghargaan yang setinggi-tingginya juga penulis sampaikan kepada **Bapak Abdul Malik** dan **Bapak Solikin**, sosok ayah dan figur teladan yang telah memberikan dukungan moral, nasihat kehidupan, serta dorongan untuk terus belajar dan berkarya.

Keteguhan, kerja keras, dan integritas yang dicontohkan menjadi inspirasi bagi penulis dalam menjaga komitmen akademik dan tanggung jawab keilmuan. Nilai-nilai tersebut menjadi landasan dalam merumuskan strategi dakwah yang tidak hanya berorientasi pada aspek teoritis, tetapi juga pada praktik dakwah yang beretika, humanis, dan kontekstual di tengah masyarakat yang terus berubah akibat perkembangan teknologi dan konvergensi media.

Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Pimpinan dan seluruh civitas akademika Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang** atas dukungan, fasilitas, dan iklim akademik yang kondusif sehingga proses penulisan buku ini dapat terlaksana dengan baik. Lingkungan akademik yang mendorong budaya diskusi ilmiah, keterbukaan terhadap gagasan baru, serta komitmen terhadap pengembangan keilmuan dakwah telah memberikan ruang refleksi dan pengayaan perspektif dalam penyusunan buku ini. Berbagai interaksi akademik, baik formal maupun informal, turut memberikan kontribusi signifikan dalam mempertajam analisis dan memperkaya sudut pandang penulis terhadap strategi dakwah di era konvergensi media.

Selain itu, penulis menyadari bahwa buku ini lahir dari proses panjang pembelajaran, perenungan, dan dialektika pemikiran yang tidak terlepas dari peran komunitas akademik dan lingkungan intelektual yang mendukung. Penulis berharap buku ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan dakwah, khususnya bagi akademisi, mahasiswa, praktisi dakwah, serta masyarakat luas yang memiliki kepedulian terhadap transformasi dakwah di tengah arus digitalisasi dan konvergensi media.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan dan memerlukan penyempurnaan di masa mendatang. Namun demikian, besar harapan penulis agar karya ini dapat menjadi kontribusi kecil namun bermakna dalam khazanah studi dakwah, serta menjadi inspirasi bagi lahirnya gagasan-gagasan baru yang lebih inovatif, kontekstual, dan responsif terhadap tantangan zaman. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan atas setiap niat baik, usaha, dan dukungan yang telah diberikan oleh semua pihak dalam terselesaikannya buku ini. Aamiin.

KATA PENGANTAR EDITOR

Arus waktu yang terus melaju tanpa henti telah membawa umat manusia memasuki fase kehidupan yang semakin rumit dan penuh tantangan. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang begitu pesat, disertai kemajuan peradaban global, pada satu sisi telah memberikan kemudahan luar biasa dalam berbagai aspek kehidupan. Akses informasi menjadi semakin terbuka, efisiensi kerja meningkat, dan beragam kebutuhan manusia dapat dipenuhi dengan lebih cepat dan praktis. Namun, di balik kemajuan tersebut, tersimpan realitas paradoks yang tidak sederhana. Modernitas ternyata tidak sepenuhnya sejalan dengan terciptanya tatanan sosial yang adil dan berkeadaban. Konflik sosial yang berkepanjangan, peperangan antar kelompok dan bangsa, praktik politik yang jauh dari nilai etika, ketimpangan ekonomi yang mencolok, hingga maraknya berbagai penyakit sosial masih menjadi potret nyata kehidupan umat manusia. Akumulasi persoalan tersebut pada akhirnya melahirkan kemiskinan struktural, ketidakadilan sosial, serta keterbelakangan di berbagai sektor kehidupan,

terutama bagi masyarakat yang berada pada posisi marginal.

Menghadapi kompleksitas persoalan tersebut, berbagai ikhtiar telah dilakukan oleh individu, kelompok, maupun institusi—baik pemerintah, swasta, maupun komunitas masyarakat—dengan memanfaatkan pendekatan sosial, ekonomi, politik, sains, dan teknologi. Kendati demikian, pendekatan keagamaan tetap memiliki posisi strategis dan relevansi yang tidak tergantikan. Dalam konteks inilah dakwah Islam hadir sebagai salah satu instrumen penting yang layak dikaji secara mendalam dan dikembangkan secara berkelanjutan. Dakwah tidak lagi dapat dipahami secara sempit sebagai aktivitas verbal dan ritualistik semata, melainkan sebagai proses transformasi sosial yang berorientasi pada internalisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan nyata, sehingga mampu memberikan kontribusi solutif bagi persoalan umat dan masyarakat secara luas.

Buku *Strategi Dakwah: Teori, Konsep, dan Implementasi Strategi Dakwah di Era Konvergensi Media* hadir sebagai sebuah upaya akademik untuk melampaui cara pandang lama yang memosisikan dakwah hanya sebagai aktivitas doktrinal di ruang-ruang keagamaan. Dakwah dalam perspektif

kontemporer dituntut untuk mampu menjembatani keberagaman sosial, budaya, dan pemikiran, sekaligus memperkaya nilai-nilai kemanusiaan. Seruan kebaikan tidak cukup disampaikan secara normatif, tetapi harus didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap realitas sosial, dinamika budaya, serta perubahan teknologi komunikasi. Dengan demikian, dakwah dapat berfungsi sebagai kekuatan pencerahan yang tidak hanya membimbing umat secara spiritual, tetapi juga mendorong terwujudnya kesejahteraan dan keadilan sosial secara nyata.

Sebagai agama yang diyakini bersifat universal dan membawa rahmat bagi seluruh alam, Islam sesungguhnya telah menyediakan seperangkat nilai, prinsip, dan petunjuk hidup yang komprehensif melalui al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW. Akan tetapi, nilai-nilai tersebut tidak akan memiliki daya guna apabila tidak diterjemahkan ke dalam bentuk praksis yang relevan dengan tuntutan zaman. Di sinilah peran strategis dakwah sebagai jembatan penghubung antara teks-teks keagamaan dengan realitas sosial, antara pesan ilahi yang bersifat normatif dengan problem kemanusiaan yang bersifat kontekstual. Dakwah menjadi medium aktualisasi nilai

Islam agar dapat dirasakan manfaatnya secara langsung oleh masyarakat.

Dalam khazanah al-Qur'an, istilah dakwah memiliki spektrum makna yang luas, mencakup seruan, ajakan, panggilan, ibadah, hingga permohonan dan pengharapan kepada Allah SWT. Keragaman makna tersebut menunjukkan bahwa dakwah bukanlah konsep yang tunggal dan statis, melainkan sebuah aktivitas multidimensional yang mencakup dimensi spiritual, sosial, kultural, dan intelektual. Secara terminologis, dakwah dapat dipahami sebagai aktivitas keagamaan sekaligus aktivitas sosial yang berorientasi pada perubahan perilaku, pola pikir, dan struktur sosial menuju tatanan yang lebih berkeadilan dan berkeadaban.

B a g i umat Islam, dakwah berfungsi sebagai sarana penguatan iman dan ketakwaan, sedangkan bagi masyarakat secara umum, dakwah memiliki peran strategis dalam membangun kesejahteraan sosial dan keadilan kemanusiaan. Pertanyaan mendasar yang kemudian mengemuka adalah sejauh mana dakwah Islam telah memberikan kontribusi nyata dalam menjawab tantangan kehidupan modern yang kompleks dan dinamis. Buku ini berupaya menjawab

pertanyaan tersebut melalui pendekatan ilmiah yang sistematis dan komprehensif.

Sejak dibukanya jurusan dakwah pertama di Indonesia pada tahun 1968, kajian dakwah telah mengalami perkembangan yang signifikan. Namun demikian, eksistensi dakwah sebagai disiplin ilmu masih sering diperdebatkan. Sebagian kalangan akademisi sosial memandang ilmu dakwah belum sepenuhnya mandiri karena dianggap bergantung pada disiplin lain seperti komunikasi, sosiologi, psikologi, dan manajemen. Melalui buku ini, penulis secara argumentatif menegaskan bahwa dakwah memiliki identitas keilmuan yang jelas, dengan objek kajian, pendekatan metodologis, serta kontribusi akademik yang khas.

Untuk memperkuat pijakan tersebut, buku ini disusun dalam tujuh bab yang mengintegrasikan kajian historis, teoretis, dan metodologis tentang dakwah. Pembahasan dimulai dari praktik dakwah pada masa Rasulullah SAW dan para sahabat, dilanjutkan dengan dinamika dakwah pada masa kejayaan dan kemunduran Islam, hingga kebangkitan dakwah modern. Selain itu, dakwah juga dianalisis melalui perspektif filsafat ilmu dengan menelaah aspek ontologis, epistemologis, dan aksiologis guna

menegaskan fondasi keilmuan dakwah sebagai disiplin yang terus berkembang, khususnya dalam menghadapi tantangan era konvergensi media.

Sebagai editor, kami menaruh harapan besar agar kehadiran buku ini dapat memberikan kontribusi signifikan bagi civitas akademika, praktisi dakwah, lembaga pemerintah, lembaga swasta, serta komunitas-komunitas yang konsisten memperjuangkan dakwah yang humanis, inklusif, dan berorientasi pada kemaslahatan. Lebih dari sekadar pengantar keilmuan, buku ini diharapkan mampu menginspirasi, menantang, dan memperkaya khazanah pemikiran dakwah, sekaligus mendorong lahirnya strategi dakwah yang adaptif, transformatif, dan relevan dengan kebutuhan zaman.

KATA PENGANTAR PENULIS

P e r j a l a n a n waktu yang terus bergerak membawa manusia pada dinamika kehidupan yang semakin kompleks. Kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, dan peradaban di satu sisi menghadirkan berbagai kemudahan serta kelimpahan sumber daya yang menopang kehidupan. Namun pada sisi lain, kemajuan tersebut juga memunculkan paradoks sosial yang tidak sederhana. Berbagai persoalan kemanusiaan seperti konflik sosial berkepanjangan, perang antar kelompok dan bangsa, praktik politik yang sarat korupsi, ketimpangan ekonomi, hingga berbagai patologi sosial lainnya masih menjadi realitas yang dihadapi umat manusia. Kondisi ini pada akhirnya bermuara pada kemiskinan struktural, ketidakadilan sosial, dan keterbelakangan di berbagai bidang kehidupan.

Menghadapi kompleksitas persoalan tersebut, berbagai individu, kelompok, dan institusi-baik pemerintah, swasta, maupun komunitas masyarakat terus berupaya mencari solusi melalui beragam pendekatan. Pendekatan sosial, sains, dan teknologi telah banyak dilakukan, namun pendekatan keagamaan tetap memiliki relevansi yang kuat. Dalam

konteks inilah dakwah Islam menjadi salah satu jalan strategis yang layak untuk dikaji dan dikembangkan. Dakwah tidak lagi dipahami sebatas aktivitas normatif dan verbalistik, tetapi sebagai proses transformasi sosial yang menghadirkan nilai-nilai Islam secara aplikatif, kontributif, dan kontekstual.

Buku *Strategi Dakwah: Teori, Konsep, dan Implementasi Strategi Dakwah di Era Konvergensi Media* hadir sebagai ikhtiar ilmiah untuk keluar dari cara pandang lama yang memposisikan dakwah hanya sebagai aktivitas doktrinal di mimbar-mimbar keagamaan. Dakwah modern dituntut untuk mampu menjembatani keragaman (*bridging diversity*) dan memperkaya nilai-nilai kemanusiaan (*enriching humanity*). Dakwah tidak cukup hanya mengajak kepada kebaikan secara normatif, tetapi harus mampu membaca realitas, memahami konteks sosial, dan menawarkan solusi strategis bagi persoalan umat, sehingga tujuan kesejahteraan dunia dan akhirat dapat dicapai secara nyata.

Sebagai agama yang diyakini bersifat universal dan *rahmatan lil 'alamin*, Islam sesungguhnya telah menyediakan seperangkat nilai dan petunjuk komprehensif melalui al-Qur'an dan Hadis Rasulullah SAW. Namun nilai-nilai tersebut hanya akan bermakna

apabila mampu diterjemahkan menjadi panduan operasional yang relevan dengan kebutuhan zaman. Oleh karena itu, dakwah berperan sebagai instrumen penghubung antara teks keagamaan dan realitas sosial, antara pesan ilahi dan problem kemanusiaan yang dihadapi umat.

Dalam khazanah al-Qur'an, istilah dakwah memiliki makna yang beragam, mulai dari seruan, panggilan, ibadah, hingga permohonan pertolongan. Keragaman makna ini menunjukkan bahwa dakwah bukanlah konsep yang sempit. Secara terminologis, dakwah dapat dipahami sebagai aktivitas keagamaan sekaligus aktivitas sosial.

Bagi umat Islam, dakwah menjadi sarana penguatan iman dan ketakwaan, sedangkan bagi masyarakat secara luas, dakwah berfungsi sebagai upaya mewujudkan kesejahteraan sosial dan keadilan kemanusiaan. Pertanyaan penting yang kemudian muncul adalah sejauh mana dakwah Islam telah berkontribusi nyata dalam menjawab persoalan kehidupan umat dan masyarakat modern.

Buku ini berupaya menjawab pertanyaan tersebut secara komprehensif melalui pendekatan keilmuan. Meskipun studi dakwah telah berkembang sejak dibukanya jurusan dakwah pertama di Indonesia pada

tahun 1968, eksistensi dakwah sebagai disiplin ilmu masih kerap dipertanyakan. Tidak sedikit kalangan akademisi sosial yang memandang ilmu dakwah belum memiliki kemandirian keilmuan karena dianggap bergantung pada disiplin lain seperti komunikasi, sosiologi, psikologi, dan manajemen. Melalui buku ini, penulis secara tegas menempatkan dakwah sebagai disiplin ilmu yang memiliki identitas, obyek kajian, metodologi, serta kontribusi keilmuan yang jelas.

Untuk memperkuat argumentasi tersebut, buku ini disusun dalam tujuh bab yang memuat kajian historis, teoretis, dan metodologis tentang ilmu dakwah. Penulis menelusuri praktik dakwah sejak masa Rasulullah SAW, para sahabat, masa kejayaan Islam, periode kemunduran, hingga kebangkitan Islam modern. Selain itu, kajian dakwah juga dianalisis melalui perspektif filsafat ilmu dengan menelaah aspek ontologi, epistemologi, dan aksiologi guna menegaskan fondasi keilmuan dakwah.

Pembahasan strategi dakwah menjadi bagian penting untuk menguji validitas ilmiah sekaligus memperkuat konstruksi dakwah sebagai ilmu yang terus berkembang dan relevan dengan tantangan zaman, khususnya di era konvergensi media.

Akhirnya, harapan besar disematkan pada kehadiran buku *Strategi Dakwah: Teori, Konsep, dan Implementasi Strategi Dakwah di Era Konvergensi Media* ini agar dapat memberikan kontribusi nyata bagi civitas akademika, praktisi dakwah, lembaga pemerintah, lembaga swasta, serta komunitas-komunitas yang konsisten memperjuangkan dakwah yang humanis dan inklusif. Lebih dari sekadar pengantar, buku ini juga diharapkan mampu menginspirasi dan menantang para pengkaji dakwah untuk terus memperdalam fokus dan lokus kajian, memperjelas orientasi dan fungsi dakwah, serta meningkatkan kualitas metodologi keilmuan dakwah di berbagai konteks. Selamat membaca **s a h a b a t . . .**

Sawojajar, Kota Malang, 1 November 2025

Penulis

M. Hamdan Yuwafik, S.Sos., M.Sos

PEDOMAN TRANSLITERASI

b	=	ب	z	=	ز	f	=	ف
t	=	ت	s	=	س	q	=	ق
th	=	ث	sh	=	ش	k	=	ك
j	=	ج	s	=	ص	l	=	ل
h	=	ح	d	=	ض	m	=	م
kh	=	خ	t	=	ط	n	=	ن
d	=	د	z	=	ظ	h	=	ه
dh	=	ذ	=	=	ع	w	=	و
r	=	ر	gh	=	غ	y	=	ي

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMAKASIH	iii
KATA PENGANTAR EDITOR	vii
KATA PENGANTAR PENULIS	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xviii
DAFTAR ISI.....	xix
BAB I	1
Sejarah Lahirnya Keilmuan Dakwah	1
A. Lahirnya Ilmu Dakwah	1
B. Definisi Teori Ilmu Dakwah	6
C. Dakwah dalam Paradigma Keilmuan.....	8
1. Ontologi Ilmu Dakwah	8
2. Epistemologi Ilmu Dakwah	9
3. Aksiologi Ilmu Dakwah.....	9
BAB II.....	11
ILMU DAKWAH.....	11
A. Definisi Dakwah.....	11
B. Unsur-Unsur Dakwah	17
C. Prinsip-Prinsip Dakwah	20
D. Dasar Hukum Dakwah.....	23
E. Tujuan Dakwah	35

F. Metode Dakwah	37
G. Subyek Dakwah	47
H. Objek Dakwah.....	50
I. Media Dakwah	53
BAB III	64
KONSEP SRATEGI DALAM ILMU DAKWAH	64
A. Definisi Strategi	64
B. Aspek Penting Strategi Dakwah	67
C. Faktor-Faktor Strategi Dakwah	70
D. Pendekatan Strategi Dakwah.....	72
BAB IV	77
STRATEGI DAKWAH.....	77
A. Teori Strategi Dakwah.....	77
B. Strategi Dakwah Kultural	89
C. Strategi Dakwah Struktural	92
D. Strategi Dakwah Transformatif di Era Konvergensi Media	95
E. Strategi Dakwah Humanis dan Inklusif.....	98
F. Strategi Dakwah Berbasis Komunitas	103
BAB VII.....	109
KONSEP MODERASI BERAGAMA DALAM DAKWAH	109

A. Pengertian dan Batasan Moderasi	109
B. Prinsip Dasar Moderasi Beragama	112
C. Moderasi Beragama di antara Ekstrem Kiri dan Ekstrem Kanan	116
DAFTAR PUSTAKA.....	122
PROFIL PENULIS	130
DESKRIPSI BUKU.....	134

BAB I

Sejarah Lahirnya Keilmuan Dakwah

A. Lahirnya Ilmu Dakwah

Ilmu pada hakikatnya merupakan himpunan pengetahuan yang tersusun secara sistematis dan diperoleh melalui proses pemikiran manusia terhadap suatu objek tertentu¹. Pengetahuan sendiri lahir dari hasil interaksi manusia dengan realitas, baik melalui pengalaman langsung maupun refleksi rasional atas objek yang diamatinya². Dengan demikian, tidak setiap pengetahuan otomatis dapat disebut sebagai ilmu, karena ilmu menuntut adanya kejelasan objek, metode, serta sistematika tertentu yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik³.

¹ Jujun S. Suriasumantri, *Filsafat Ilmu: Sebuah Pengantar Populer*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2009, hlm. 18.

² Louis O. Kattsoff, *Pengantar Filsafat*, terj. Soejono Soemargono, Yogyakarta: Tiara Wacana, 2004, hlm. 27.

³ Koento Wibisana, *Filsafat Ilmu: Ontologi, Epistemologi dan Aksiologi Pengetahuan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010, hlm. 41.

Paul Freedman mendefinisikan ilmu sebagai suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar untuk memperoleh pemahaman yang utuh dan mendalam tentang alam semesta⁴. Melalui aktivitas keilmuan ini, manusia berusaha memahami kehidupan masa lalu, membaca realitas masa kini, sekaligus mempersiapkan diri menghadapi masa depan. Pengetahuan yang dihasilkan tidak hanya memperkaya wawasan, tetapi juga membantu manusia menyesuaikan diri dengan lingkungannya, baik dengan cara mengubah lingkungan maupun mengembangkan potensi dirinya sendiri⁵.

Dalam kajian filsafat ilmu, setidaknya terdapat tiga asumsi dasar yang menjadi fondasi bangunan ilmu. Pertama, ilmu berangkat dari anggapan bahwa objek-objek tertentu memiliki keserupaan atau pola yang dapat dikenali. Kedua, ilmu mengandaikan bahwa suatu objek relatif tetap dalam rentang waktu tertentu sehingga memungkinkan untuk dikaji. Ketiga, ilmu memandang bahwa setiap gejala memiliki sebab,

⁴ Paul Freedman, *The Principles of Knowledge*, New York: McGraw-Hill Book Company, 1981, hlm. 12.

⁵ Jujun S. Suriasumantri, *Ilmu dalam Perspektif Moral, Sosial dan Politik*, Jakarta: Gramedia, 2007, hlm. 55.

bukan terjadi secara kebetulan⁶. Dari sini tampak jelas perbedaan antara ilmu dan pengetahuan biasa, di mana ilmu memiliki cakupan dan kedalaman analisis yang lebih luas.

Perbedaan ini kemudian melahirkan perbedaan antara epistemologi dan filsafat ilmu. Epistemologi berfokus pada pembahasan tentang sumber, struktur, metode, serta validitas pengetahuan manusia⁷. Sementara itu, filsafat ilmu memiliki cakupan yang lebih luas karena selain membahas epistemologi, ia juga mengkaji persoalan ontologi (hakikat keberadaan ilmu) dan aksiologi (nilai dan manfaat ilmu)⁸. Dengan demikian, filsafat ilmu menjadi fondasi utama bagi eksistensi dan legitimasi suatu disiplin keilmuan, termasuk ilmu dakwah.

Dalam konteks keilmuan dakwah, muncul perdebatan panjang terkait status dakwah sebagai ilmu. Pandangan pertama datang dari kalangan akademisi di luar Fakultas Dakwah yang berpendapat bahwa dakwah belum memenuhi

⁶ Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013, hlm. 68.

⁷ Ahmad Tafsir, *Filsafat Ilmu*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009, hlm. 33.

⁸ The Liang Gie, *Pengantar Filsafat Ilmu*, Yogyakarta: Liberty, 2000, hlm. 44.

syarat sebagai ilmu pengetahuan. Menurut kelompok ini, dakwah masih berada pada level pengetahuan praktis karena belum memiliki batasan objek kajian, kerangka konseptual, dan metodologi ilmiah yang mapan⁹.

Sebaliknya, kalangan akademisi Fakultas Dakwah menegaskan bahwa dakwah telah berkembang menjadi sebuah disiplin ilmu, meskipun masih berada dalam proses pencarian bentuk dan penyempurnaan metodologi¹⁰. Selama hampir seperempat abad, kelompok ini terus berupaya membangun identitas dan legitimasi akademik ilmu dakwah melalui penelitian, diskusi ilmiah, serta pengembangan kurikulum di perguruan tinggi Islam.

Kelompok pertama mengajukan lima syarat utama agar dakwah dapat dikategorikan sebagai ilmu, yaitu: memiliki objek kajian yang jelas, menggunakan metode ilmiah, memiliki struktur konsep yang sistematis, bersifat dinamis dan berkembang, serta memberikan manfaat bagi

⁹ Wahyu Ilahi, Ilmu Dakwah, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, hlm. 21.

¹⁰ Wardi Bachtiar, Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah, Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997, hlm. 14.

pengembangan ilmu pengetahuan¹¹. Berdasarkan kriteria ini, mereka menyimpulkan bahwa dakwah belum sepenuhnya memenuhi standar keilmuan.

Sementara itu, kelompok kedua berpendapat bahwa menunggu kesempurnaan struktur justru akan menghambat perkembangan ilmu dakwah¹². Oleh karena itu, diperlukan pendekatan sintesis yang tidak hanya berpegang pada syarat keilmuan, tetapi juga aktif menggali dan merumuskan subjek serta objek dakwah secara terus-menerus.

Salah satu tokoh yang berhasil melakukan sintesis ini adalah Amrullah Achmad. Ia merumuskan ilmu dakwah sebagai kumpulan pengetahuan yang bersumber dari pemahaman terhadap ayat-ayat Allah—baik dalam Al-Qur'an, sejarah, maupun alam—yang membahas upaya umat Islam dalam mewujudkan ajaran Islam secara individual dan sosial secara sistematis¹³. Definisi ini menegaskan bahwa ilmu dakwah memiliki objek,

¹¹ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, hlm. 6.

¹² Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013, hlm. 39.

¹³ Amrullah Achmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta: Prima Duta, 1993, hlm. 52.

metode, sistematika, serta tujuan yang jelas, yakni terwujudnya kehidupan masyarakat yang diridhai Allah SWT.

B. Definisi Teori Ilmu Dakwah

Perdebatan mengenai definisi ilmu dakwah tidak terlepas dari perbedaan mendasar antara konsep ilmu dan pengetahuan. Pengetahuan merupakan kesan subjektif manusia terhadap objek tertentu, sedangkan ilmu adalah kumpulan pengetahuan yang disusun secara logis, sistematis, objektif, dan dapat diuji kebenarannya¹⁴. Soerjono Soekanto menegaskan bahwa ilmu harus bersifat rasional, tersusun, serta terbuka terhadap kritik ilmiah¹⁵.

Wardi Bachtiar mendefinisikan ilmu dakwah sebagai pengetahuan sistematis tentang proses mengajak manusia ke jalan Allah SWT yang bersifat objektif dan dapat diuji secara ilmiah¹⁶. Toha Yahya Omar memandang ilmu dakwah

¹⁴ Sonny Keraf dan Mikhael Dua, *Ilmu Pengetahuan: Sebuah Tinjauan Filosofis*, Yogyakarta: Kanisius, 2001, hlm. 61.

¹⁵ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press, 2010, hlm. 42.

¹⁶ Wardi Bachtiar, *Ilmu Dakwah dan Metodologi*, Jakarta: Logos, 1997, hlm. 23.

sebagai ilmu yang mempelajari cara menarik perhatian manusia agar menerima dan mengamalkan suatu ide atau ajaran, baik dalam konteks umum maupun dalam kerangka ajaran Islam¹⁷.

Kesepakatan para sarjana Fakultas Dakwah se-Jawa pada tahun 1978 mempertegas bahwa ilmu dakwah mempelajari proses penyampaian ajaran Islam, unsur-unsur dakwah, serta gejala keagamaan dalam masyarakat¹⁸. Sementara itu,

Wahidin Saputra melengkapi pandangan ini dengan menekankan aspek pendekatan dan strategi dakwah agar nilai-nilai Islam dapat terealisasi dalam kehidupan sosial¹⁹. Amrullah Achmad menekankan bahwa ilmu dakwah merupakan pengetahuan yang dikembangkan secara sistematis untuk melaksanakan kewajiban dakwah demi terwujudnya *khairul ummah*²⁰.

¹⁷ Toha Yahya Omar, Ilmu Dakwah, Jakarta: Wijaya, 1985, hlm. 9–10.

¹⁸ Tim Sarjana Fakultas Dakwah se-Jawa, Rumusan Ilmu Dakwah, Yogyakarta: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga, 1978, hlm. 5.

¹⁹ Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011, hlm. 28.

²⁰ Amrullah Achmad, Kerangka Dasar Ilmu Dakwah, Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga Press, 1995, hlm. 17.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa ilmu dakwah adalah disiplin ilmu yang mempelajari proses penyampaian nilai-nilai Islam secara sistematis, logis, dan bertujuan mewujudkan kehidupan yang diridhai Allah SWT.

C. Dakwah dalam Paradigma Keilmuan

1. Ontologi Ilmu Dakwah

Ontologi ilmu dakwah membahas tentang keberadaan dan hakikat dakwah sebagai objek kajian ilmiah. Dakwah terbukti memiliki subjek (da'i dan mad'u), objek (ajaran Islam), masalah, serta tujuan yang jelas²¹. Manusia sebagai pelaku dan sasaran dakwah memiliki dimensi jasmani dan rohani, yang menjadikannya makhluk rasional sekaligus spiritual²².

Agama Islam hadir sebagai sumber nilai dan pedoman hidup yang menjawab keterbatasan manusia dalam memahami hakikat kehidupan²⁴. Dakwah menjadi jembatan antara ajaran Islam dan realitas manusia, sehingga keberadaan ilmu dakwah menjadi

²¹Ridla, Afif Rifa'i, dan Suisyanto, *Filsafat Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Press, 2010, hlm. 57.

²²M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an*, Bandung: Mizan, 2007, hlm. 292.

kebutuhan strategis dalam proses transformasi nilai-nilai keislaman²³.

2. Epistemologi Ilmu Dakwah

Epistemologi ilmu dakwah membahas sumber dan metode memperoleh pengetahuan dakwah. Mengacu pada pemikiran Al-Jabiri, epistemologi dakwah dapat ditelusuri melalui tiga pendekatan, yaitu bayani (berbasis teks wahyu), 'irfani (berbasis intuisi), dan burhani (berbasis rasionalitas dan empirisme)²⁴.

Pendekatan bayani menjadikan Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama dakwah²⁵. Pendekatan burhani memperkuat dakwah melalui analisis rasional dan empiris dengan dukungan ilmu-ilmu sosial²⁸. Dengan demikian, ilmu dakwah memiliki struktur epistemologis yang kokoh dan dinamis.

3. Aksiologi Ilmu Dakwah

Aksiologi ilmu dakwah berkaitan dengan nilai dan manfaat dakwah bagi kehidupan manusia.

²³ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Jakarta: Depag RI, 2005, QS. Al-Isra' [17]: 85.

²⁴ Wahyu Ilahi, Manajemen Dakwah, Jakarta: Kencana, 2012, hlm. 44.

²⁵ Muhammad 'Abid Al-Jabiri, Bunyah al-'Aql al-'Arabi, Beirut: Markaz Dirasat al-Wahdah al-'Arabiyyah, 1993, hlm. 383–390.

Dakwah mengandung nilai kersalahan sebagai kelanjutan misi kenabian dan nilai *rahmatan lil 'alamin* yang membawa kemaslahatan universal²⁶. Ilmu dakwah dinilai benar dan bernilai jika memiliki koherensi, korespondensi dengan realitas, dukungan empiris, serta manfaat praktis bagi masyarakat²⁷.

Dengan demikian, secara aksiologis, ilmu dakwah telah memenuhi syarat sebagai ilmu yang bernilai, meskipun tetap memerlukan pengembangan berkelanjutan agar relevan dengan dinamika zaman³¹.

²⁶ Wahyu Ilahi, *Dakwah Rahmatan lil 'Alamin*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016, hlm. 66.

²⁷ Charis Zubair, *Epistemologi dan Aksiologi Dakwah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012, hlm. 101.

BAB II

ILMU DAKWAH

A. Definisi Dakwah

Secara terminologis, istilah dakwah memiliki definisi yang beragam menurut para ahli. Kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu "*da'a yad'u da'watan*" yang artinya mengajak atau memanggil. Dakwah merujuk pada ajakan, nasihat, dan bujukan menuju kebaikan yang selaras dengan fitrah manusia. Sebagai *da'i* memiliki tugas untuk menyampaikan ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan *As-Sunnah*, yang menjadi landasan utama hukum dalam Islam. Agus Trisundani Faozan Amar Imron Baihaqi Muhammad Ziyad Nur Khamim Mufid HM. Nur Ahmad Tohirin and Tommy Hidayat Suhardin, *Panduan Dan Strategi Dakwah Khusus*, 2018. Kata dakwah sering dirangkaikan dengan kata "*Ilmu*" dan kata "*Islam*", sehingga menjadi "*Ilmu dakwah*" dan "*Dakwah Islam*" atau *ad-dakwah al-Islamiyah*.¹¹

Secara etimologis, kata dakwah

merupakan bentuk masdar dari kata yad“u (fi“il mudhari“) dan da“a (fi“il madli) yang artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summer*), menyeru (*to propo*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to prray*). Selain kata “dakwah”, al-Qur’an juga menyebutkan kata yang memiliki pengertian yang hampir sama dengan “dakwah”, yakni kata “tabligh” yang berarti penyampaian, dan “bayan” yang berarti penjelasan.²⁸

Hakikatnya dakwah adalah mengajak manusia kepada jalan kebaikan atau makruf dan mencegah dari yang munkar. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur’an sebagai berikut.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

²⁸ Awaluddin Pimay, *Metodologi Dakwah*, (Semarang: Rasail, 2006).
hlm. 2

Artinya: "Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Seandainya Ahlulkitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik."²⁹

Menurut Prof Toha Yahya Omar, M. A dalam bukunya yang dikutip oleh Tomi Hendra mendefinisikan secara umum, dakwah dapat diartikan sebagai ilmu yang mencakup berbagai metode atau panduan untuk menarik minat manusia agar mau menerima, menganut, dan mengamalkan suatu gagasan, kajian, atau pendapat tertentu. **Tomi Hendra, Siti Amalia Nur Adzani, And Kori Lilie Muslim, "Dakwah Islam Dan Kearifan Budaya Lokal," Journal Of Da'wah 2, No. 1 (2023), hal 82** Dalam konteks Islam, dakwah berarti mengajak manusia dengan penuh kebijaksanaan untuk menaati perintah Allah dan menempuh jalan yang benar

²⁹ Al-Qur'an Kemenag, Surat Ali-Imron Ayat 110

demikian mencapai kemaslahatan serta kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Dakwah adalah aktivitas yang mengajak umat manusia untuk melakukan kebaikan dan mencegah perbuatan yang tidak baik. Salah satu istilah yang sangat berhubungan dengan dakwah adalah khutbah, yang berasal dari kata "*khataba*" berarti mengucap atau berpidato. Seseorang yang menyampaikan khutbah disebut khatib. Dakwah dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. **M.I.Kom2 Rizky Aji Setyawan¹, M. Syukron Anshori, S.Ikom., "Strategi Dakwah Khatib Khutbah Jum'at Dalam Meningkatkan Ibadah Kepada Masyarakat (Analisis Kajian Teori Strategi Al-Manhaj Al-Athifi, Al-Manhaj Al- Aqli, Al-Manhaj Al-Hissi)" 2, No. 1 (2024), hal 9.** Keberagaman kegiatan dakwah dipengaruhi oleh faktor media. Media berperan sebagai saluran yang digunakan oleh individu dan kelompok untuk mengkomunikasikan pesan dakwah kepada *mad'u* atau penerima pesan dakwah.³⁰

³⁰Athik Hidayatul Ummah, Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara), Volume 18, No. 1, Juni 2020, hal 15

Pandangan Dr. M. Quraysh Shihab yang dikutip oleh La Adi, S.Pd.I., M.Pd, menjelaskan bahwa dakwah merupakan seruan atau ajakan untuk mewujudkan perubahan menuju keadaan yang lebih baik dan sempurna, baik bagi individu maupun masyarakat. Tujuan dari dakwah tidak hanya terbatas pada peningkatan pemahaman tentang tindakan dan pandangan hidup kita, tetapi juga mencakup aspirasi yang lebih besar. Era saat ini, para pelaku dakwah atau *da'i* dituntut untuk berperan lebih aktif dalam menerapkan ajaran Islam secara menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan. **La Adi, S.Pd.I., M.Pd.I, "Konsep Dakwah Dalam Islam," Jurnal Pendidikan Ar-Rashid 7, No. 3 (2022), hal 8.**

Kutipan Rafinita Aditia Rini Fitria dalam bukunya H. S. M Nasaruddin Latif bertajuk "Teori dan Praktik Dakwah Islamiyyah," mendefinisikan dakwah sebagai segala usaha atau aktivitas, baik lisan maupun tulisan, yang bertujuan untuk menyeru dan mengajak orang lain untuk beriman dan mentaati Allah SWT. **Rafinita Aditia Rini Fitria, "Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri**

4.0," Dawuh 1, No. 3 (2020), hal 8. Kutipan siti Hotiza dalam bukunya Syekh Ali Mah Fudz "*Hidayahtul Mursyidin*" menguraikan gagasan dakwah menekankan pentingnya mendorong setiap individu untuk senantiasa berbuat baik dan mencegah kejahatan, sehingga mereka dapat meraih kebahagiaan di dunia dan di akhirat. **Siti Hotiza, "Interpretasi Metode Dakwah Dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl Ayat 125," Gunung Djati Conference Series 8 (2022), hal 47.**

Sebagaimana dikemukakan oleh Syaikh M. Abduh dalam kutipan Mulizar menyatakan bahwa mengajak kepada kebaikan, menegakkan yang ma'ruf, dan mencegah kemungkaran merupakan kewajiban bagi setiap umat Islam. Dakwah merupakan suatu proses berkesinambungan yang dilakukan oleh para penyebar dakwah untuk mengajak khalayak sasaran agar kembali ke jalan Allah dan berangsur-angsur beralih kepada jalan hidup Islam. **Mulizar, "In Memoriam Konsep Dakwah Dan Pemikiran Pakar Hadis ; Prof. Dr. Kh. Ali Mustafa Yaqub, Ma," Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan**

8, No. 1 (2018), hal 61 Mengintegrasikan nilai-nilai kebenaran dan keteladanan dalam dakwah Islam sangatlah penting, khususnya jika menggunakan media dan metode yang efektif. Hal ini memungkinkan penerima pesan menerimanya secara sadar dan sukarela.

Sebelum memastikan pesannya bermanfaat, persuasif, dan responsif, penting untuk memastikan pesan tersebut membawa kebahagiaan dan kesejahteraan dalam hidup mereka dan membantu mereka mencapai keridhaan Allah. Selain itu, tujuannya adalah untuk menanamkan nilai-nilai yang tidak hanya membawa kebahagiaan dan kesejahteraan tetapi juga diakui dan diterima oleh Allah SWT. Agung Teguh Prianto, "Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1 (2023): 193–210.

B. Unsur-Unsur Dakwah

Dakwah juga memiliki unsur-unsur atau komponen-komponen yang terdapat dalam

kegiatan dakwah itu sendiri. Unsur-unsur dakwah tersebut meliputi:

- 1) *Da'i* (pelaku dakwah) adalah individu yang menyampaikan ajaran melalui berbagai cara, baik secara ucapan maupun perbuatan. *Da'i* dapat beroperasi secara individu atau dalam kelompok melalui suatu organisasi. Secara umum *da'i* sering dikenal sebagai mubaligh, yaitu penyampai ajaran Islam.
- 2) *Mad'u* (mitra dakwah) adalah mereka yang menjadi target dakwah. Mencakup berbagai kalangan, baik individu maupun kelompok, yang mungkin beragama, non-agama, atau non-Muslim.
- 3) *Maddah* (materi dakwah) adalah sebuah materi atau isi pesan dakwah yang akan disampaikan kepada *mad'u*.
- 4) *Wasilah* (media dakwah) merujuk pada alat yang digunakan untuk menyampaikan ajaran Islam kepada *mad'u*. Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai media, termasuk ucapan, tulisan, dan audio visual.

- 5) *Thariqoh* (metode dakwah) adalah cara yang digunakan oleh pelaku dakwah dalam menyampaikan ajaran mereka. Terdapat di Al-Qur'an, hal ini dijelaskan dalam surat An-Nahl ayat 125, ada tiga metode dakwah yaitu, *Bil Hikmah, mauidhoh hasanah, al-mujadalah*
- 6) *Atsar* (efek dakwah) sering kali dianggap sebagai *feedback* atau umpan balik dalam proses penyampaian pesan dakwah, dengan kata lain para *da'i* penting untuk memastikan bahwa pesan-pesan dakwah yang disampaikan benar-benar dapat mencapai sasarannya. **Exsan Adde Adde, "Strategi Dakwah Kultural Di Indonesia," Dakwatul Islam 7, No. 1 (2022), hal 76**

Dakwah mempunyai fungsi yang sangat penting bagi masyarakat pada berbagai aspek kehidupan. Salah satu fungsi utama dakwah merupakan menjadi sarana penyebaran nilai-nilai kebaikan dan ajaran kepercayaan yang bisa memperkuat iman dan ketakwaan individu dan kelompok. Melalui dakwah, masyarakat bisa memperoleh pemahaman yang lebih mendalam

mengenai prinsip-prinsip keagamaan, etika, dan moralitas yang baik, yang dalam gilirannya akan membangun karakter dan perilaku positif pada kehidupan sehari-hari. Dakwah berperan pada membentuk masyarakat yang harmonis, adil, dan berintegritas tinggi.

C. Prinsip-Prinsip Dakwah

Prinsip-prinsip dakwah dalam masyarakat yang beragam budayanya meliputi:

- 1) Prinsip *Universalitas* yaitu dakwah bersifat umum, menjangkau semua manusia tanpa memandang latar belakang budaya, suku, atau batasan lainnya. Islam percaya bahwa setiap individu memiliki kewajiban untuk mendengarkan kebenaran dan menerima pesan yang disampaikan. Ajaran dasar Islam berlaku di mana-mana, menyerukan seluruh umat manusia untuk kembali kepada Sang Pencipta, karena mereka adalah makhluk-Nya.
- 2) Prinsip *liberation* (kebebasan) dalam konteks ini, kebebasan memiliki dua makna. Pertama, bagi para *da'i* penting untuk terbebas dari ancaman keselamatan dan kekurangan materi yang dapat

merusak reputasi mereka. Kedua, kebebasan bagi para *mad'u* tidak ada paksaan dalam agama. Setiap individu harus diberi ruang untuk mengevaluasi kebenaran dengan keyakinan yang tulus.

- 3) Prinsip rasionalitas, di era saat ini yang didominasi oleh ilmu pengetahuan dan teknologi, semua aktivitas manusia harus didasarkan pada akal dan rasionalitas. Pendekatan rasional sangat penting untuk memahami dan menyebarkan nilai-nilai dakwah.
- 4) Prinsip kearifan, pendekatan dakwah hendaknya mempertimbangkan kearifan budaya setempat, agar pihak lain tidak merasa tersinggung atau terpaksa menerima paham tertentu, khususnya yang berkaitan dengan perubahan pribadi dan masyarakat ke arah kebaikan.
- 5) Prinsip penegakan etika, prinsip ini didasarkan pada kearifan budaya yang berakar pada ajaran moral dan etika yang ditemukan dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Menjunjung tinggi nilai-nilai baik dan buruk dalam pelaksanaan dakwah,

termasuk dalam konteks antarbudaya merupakan hal yang mendasar.

- 6) Prinsip Kesetaraan, dakwah yang produktif hendaknya menekankan kesetaraan dalam masyarakat. Kesetaraan penting untuk menciptakan rasa saling menghormati antar individu dalam berbagai dimensi kehidupan.
- 7) Prinsip kesalehan sosial yaitu ciri dakwah produktif tampak jelas pada amal usaha yang dilakukan oleh seluruh elemen masyarakat. Iman yang sejati hendaknya disertai dengan kepedulian terhadap sesama, sebab iman tanpa amal saleh tidak dapat dikatakan sempurna. Dengan mengedepankan prinsip-prinsip ini, dakwah dapat lebih efektif dan berdampak positif bagi masyarakat yang beragam.³¹

Dakwah berfungsi menjadi wadah pemberdayaan sosial dan ekonomi bagi umat. Melalui banyak sekali acara dakwah, misalnya pengajian, seminar, dan aktivitas sosial. Masyarakat dapat memperoleh edukasi dan

³¹ Masfi Sya'fiatul Ummah, *Ilmu Dakwah, Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, 2019, hal 10

bimbingan pada banyak aspek kehidupan, termasuk kesehatan, pendidikan, dan kewirausahaan. Pentingnya terletak pada upaya peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Melalui dakwah yang efektif, kita dapat menginspirasi dan mendorong orang untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan masyarakat dapat menciptakan lingkungan yang lebih sejahtera dan kompetitif.

D. Dasar Hukum Dakwah

Dakwah dalam Islam memiliki landasan hukum yang kuat dan jelas, baik yang bersumber dari al-Qur'an maupun hadis Nabi Muhammad SAW. Salah satu ayat yang secara eksplisit menjelaskan kewajiban dakwah adalah firman Allah SWT dalam Surah Ali Imran ayat 104:

وَأَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah

*dari yang mungkar, Mereka itulah orang-orang yang beruntung.*³²

Dalam ayat tersebut Allah memerintahkan agar di tengah umat Islam terdapat sekelompok orang yang secara aktif mengajak kepada kebaikan, menyeru kepada perbuatan yang ma'ruf, serta mencegah perbuatan mungkar, karena merekalah golongan yang akan memperoleh keberuntungan.

Ayat ini menunjukkan bahwa aktivitas dakwah bukanlah pilihan semata, melainkan merupakan bentuk ketaatan terhadap perintah Allah SWT. Kewajiban tersebut tampak jelas dari penggunaan kata *waltakun*, yang dalam kaidah bahasa Arab merupakan fi'il mudhari' yang didahului oleh *lam al-amr*, sehingga bermakna perintah.³³ Oleh karena itu, para ulama sepakat bahwa amar ma'ruf dan nahi mungkar merupakan bagian esensial dari misi dakwah Islam.

³² QS. Ali Imron, 3:104.

³³ Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Shahih al-Bukhari*, Juz I (Beirut: Dar al-Fikr, t.t.), h. 23; lihat juga Jalaluddin al-Suyuthi, *Al-Itqan fi 'Ulum al-Qur'an* (Beirut: Dar al-Fikr, 2008), h. 98.

Dasar hukum dakwah juga ditegaskan dalam Surah Ali Imran ayat 110:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya: Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Seandainya Ahlulkitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.

Dalam ayat tersebut Allah SWT menyebut umat Islam sebagai umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia karena peran aktif mereka dalam menyeru kepada kebaikan, mencegah kemungkaran, dan beriman kepada Allah. Ayat ini menegaskan bahwa keunggulan umat Islam bukan hanya ditentukan oleh identitas keimanan, tetapi juga oleh tanggung

jawab sosial dan moral yang diwujudkan melalui aktivitas dakwah.³⁴

Kegiatan dakwah merupakan perintah Allah SWT kepada seluruh umat Islam, hukum dari berdakwah adalah wajib, perintah berdakwah tertera pada *Al Quran* dan juga Hadist.

Banyak ayat *Al Quran* maupun teks hadis Nabi SAW. Yang menguraikan tentang dakwah Islam. Di antara ayat –ayat dakwah yang menyatakan kewajiban dakwah secara tegas adalah surat an-Nahl ayat 125, dan surat al-Maidah ayat 78 dan 79. QS. An-Nahl 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan tuhan mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan mu Dialah yang

³⁴ Al-Qur'an al-Karim, Surah Ali Imran [3]: 110.

lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah.³⁵

QS. Al-Maidah 78-79:

لَعْنَةُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ عَلَى لِسَانِ دَاوُدَ وَعِيسَى ابْنِ مَرْيَمَ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ ﴿٧٨﴾ كَانُوا لَا يَتَنَاهَوْنَ عَنْ مُنْكَرٍ فَعَلُوهُ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ ﴿٧٩﴾

Artinya: Telah dilaknati orang-orang kafir dari bani israil dengan lisan Daud dan Isa putra Maryam. Yang demikian itu, disebabkan mereka durhaka dan selalu melampaui batas. Mereka satu sama lain selalu tidak melarang tindakan munkar yang mereka perbuat. Sesungguhnya amat buruklah apa yang selalu mereka perbuat itu.³⁶

Ayat-ayat di atas secara tegas memerintah kita untuk melaksanakan dakwah Islam. Perintah tersebut ditunjukkan dalam bentuk kata perintah dan kecaman bagi yang meninggalkan dakwah. Kata perintah (*Fi'il amr*) disebut dalam surat an-Nahl ayat 125 dengan kata "serulah" (ادع) sedangkan dalam surat Ali

³⁵ QS. An-Nahl, 16:125.

³⁶ QS. Al-Maidah, 5:78-79.

Imran ayat 104 kata perintahnya berupa “Dan hendaklah ada di antara kamu sekelompok orang yang menyeru....” (ولتكن).

Perintah yang pertama lebih tegas dari pada perintah perintah yang kedua. Perintah pertama menghadapi subyek hukum yang hadir, sedangkan subyek hukum dalam perintah kedua tidak hadir (*in absentia*). Selain itu, pesan dari perintah pertama lebih jelas, yakni “berdakwahlah”, sedangkan pesan perintah kedua hanya “hendaklah ada sekelompok orang yang berdakwah”.

Namun pada dasarnya berdakwah merupakan perintah Allah SWT yang harus dilakukan umatnya. Tidak memandang seberapa banyak ilmu yang dimiliki ketika akan berdakwah, melainkan ke mauan yang tinggi yang harus terus ditanamkan dalam diri seorang dai, karena dengan ke mauan yang kuat maka akan memicu untuk ingin belajar dan mendalami ilmu yang akan disampaikan oleh seorang dai.

Dalam surat al-Maidah ayat 78-79 tersebut Allah mengecam dengan keras

Bani Israil yang meninggalkan dakwah. Mereka tidak memiliki kepedulian sama sekali kepada aktivis dakwah. Mereka “tidak melarang kemungkaran”.

Perintah ini juga tidak lebih tegas dibanding dengan ayat tersebut. Surat al-Maidah ayat 78-79 tersebut hanya menampilkan contoh nyata dari umat terdahulu yang disiksa karena mengabaikan perintah mencegah kemungkaran. Meskipun kecaman tidak ditunjukkan pada umat Nabi SAW., tetapi ia berlaku pada umat Nabi SAW., karena hukum umat terdahulu masih berlaku selama masih belum diganti.³⁷

Islam adalah agama dakwah, artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Kemajuan dan kemunduran umat Islam sangat berkaitan erat dengan dakwah yang dilakukannya. Karena itu, *Al Quran* menyebut kegiatan dakwah dengan *absanul qaula* (ucapan) dan perbuatan baik.

³⁷ Moh. Ali Aziz, *Edisi Revisi Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2015), 147.

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي

مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾

Artinya: Siapakah yang lebih baik perkataannya dari pada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal shaleh yang berkata: “sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?”.³⁸

Selain al-Qur'an, kewajiban dakwah juga ditegaskan melalui hadis Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Imam Muslim. Dalam hadis tersebut Rasulullah SAW bersabda bahwa siapa pun yang melihat kemungkarannya hendaknya mengubahnya dengan tangan (kekuasaan), jika tidak mampu maka dengan lisan, dan jika masih tidak mampu maka dengan hati, yang menunjukkan selema-lemah iman.³⁹ Hadis ini menegaskan bahwa dakwah merupakan kewajiban yang harus dilakukan sesuai dengan kemampuan masing-masing individu.

³⁸ QS. al Fussilat, 41:33.

³⁹ Muslim bin al-Hajjaj, *Shahih Muslim*, Juz I (Beirut: Dar Ihya' al-Turats al-'Arabi, t.t.), h. 69

Kewajiban dakwah dalam hadis tersebut terlihat dari penggunaan kata *falyughayyirhu*, yang juga merupakan fi'il mudhari' yang didahului oleh *lam al-amr*, sehingga mengandung makna perintah.⁴⁰ Dengan demikian, baik al-Qur'an maupun hadis sama-sama menunjukkan bahwa dakwah memiliki kedudukan hukum yang wajib dalam Islam.

Setelah memahami kewajiban dakwah, para ulama kemudian berbeda pendapat mengenai bentuk kewajiban tersebut. Pendapat pertama menyatakan bahwa dakwah hukumnya *fardlu kifayah*. Pendapat ini didasarkan pada penafsiran kata *minkum* dalam Surah Ali Imran ayat 104 sebagai *lit tab'idh*, yang bermakna "sebagian dari kamu".⁴¹ Dengan penafsiran ini, kewajiban dakwah dianggap cukup dilaksanakan oleh sebagian umat Islam yang memiliki kemampuan, pengetahuan agama, dan kesiapan untuk berdakwah, seperti para ulama, dai, pendidik,

⁴⁰ Abu Hamid al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum al-Din*, Juz II (Beirut: Dar al-Ma'rifah, t.t.), h. 307

⁴¹ Abu Ja'far Muhammad bin Jarir al-Tabari, *Jami' al-Bayan 'an Ta'wil Ay al-Qur'an*, Juz IV (Beirut: Dar al-Fikr, 2001), h. 33

dan mereka yang memiliki pengalaman keilmuan maupun spiritual.

Pendapat kedua menyatakan bahwa dakwah hukumnya *fardlu 'ain*. Menurut pandangan ini, kata *minkum* dipahami sebagai *lil bayan* atau *lit taukid*, yang berfungsi sebagai penegasan. Dengan demikian, perintah dalam ayat tersebut ditujukan kepada seluruh umat Islam tanpa terkecuali.⁴² Pendapat ini diperkuat oleh hadis Rasulullah SAW yang menyatakan, "Sampaikanlah dariku walaupun satu ayat."⁴³ Hadis ini menunjukkan bahwa setiap muslim memiliki tanggung jawab dakwah sesuai dengan kapasitas dan pengetahuan yang dimilikinya.

Dalam konteks ini, dakwah tidak terbatas pada ceramah di mimbar atau forum resmi, melainkan dapat dilakukan dalam berbagai peran sosial. Seorang dokter dapat berdakwah kepada pasiennya melalui pelayanan yang humanis dan beretika, seorang guru melalui keteladanan kepada muridnya, dan seorang

⁴² Ismail bin Umar Ibn Katsir, *Tafsir al-Qur'an al-'Azhim*, Juz II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2006), h. 89

⁴³ Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Shahih al-Bukhari*, Juz IV (Beirut: Dar al-Fikr, t.t.), h. 191

pengusaha melalui keadilan kepada para pekerjanya.⁴⁴ Dengan demikian, setiap muslim pada hakikatnya adalah subjek dakwah dalam bidang kehidupan masing-masing.

Pendapat ketiga menyatakan bahwa dakwah hukumnya *fardlu 'ain bersyarat*. Pandangan ini dikemukakan oleh Fakhruddin ar-Razi dengan merujuk pada hadis Nabi SAW tentang kewajiban mengubah kemungkaran sesuai dengan kemampuan.⁴⁵ Menurut ar-Razi, kewajiban dakwah menjadi *fardlu 'ain* ketika kemungkaran telah nyata terjadi dan berpotensi merusak nilai-nilai ajaran Islam dalam masyarakat. Dalam kondisi tersebut, setiap individu yang mampu tidak boleh bersikap pasif.

Namun demikian, dakwah tidak semata-mata dipahami sebagai respons terhadap kemungkaran yang telah terjadi. Dakwah juga mencakup upaya preventif dan transformatif untuk meningkatkan kualitas kehidupan umat

⁴⁴ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 2013), h. 373

⁴⁵ Fakhruddin ar-Razi, *Mafatih al-Ghaib (Tafsir al-Kabir)*, Juz VIII (Beirut: Dar Ihya' al-Turats al-'Arabi, t.t.), h. 172,

secara berkelanjutan.⁴⁶ Upaya pemberdayaan ekonomi umat, peningkatan kesejahteraan sosial, penyebaran keadilan, serta pembinaan moral dan spiritual masyarakat merupakan bagian integral dari dakwah Islam melalui tindakan nyata (*dakwah bil hal*).

Hal ini sejalan dengan praktik dakwah Rasulullah SAW yang senantiasa menyampaikan ajaran Islam secara berulang kepada para sahabat, meskipun mereka telah memahami ajaran tersebut.⁴⁷ Dakwah dalam Islam, dengan demikian, tidak menunggu munculnya kemungkar, tetapi berfungsi sebagai proses pembinaan berkelanjutan menuju masyarakat yang berkeadaban dan berkeadilan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan kewajiban bagi umat Islam dengan bentuk yang beragam, baik sebagai *fardlu 'ain*, *fardlu 'ain bersyarat*, maupun *fardlu kifayah*, sesuai

⁴⁶ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2017), h. 54

⁴⁷ Hamka, *Sejarah Umat Islam*, Jilid I (Jakarta: Bulan Bintang, 2001), h. 45

dengan konteks, kemampuan, dan kebutuhan umat.⁴⁸

E. Tujuan Dakwah

Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan atau proses, dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan ini dimaksudkan untuk memberi arah atau pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah. Sebab tanpa tujuan yang jelas seluruh aktivitas dakwah akan sia-sia (tiada artinya).⁴⁹

Didin Hafidhudin mengemukakan tujuan dakwah secara umum adalah mengubah perilaku sasaran dakwah agar mau menerima ajaran Islam dan mengamalkannya dalam dataran kenyataan kehidupan sehari-hari, baik yang bersangkutan dengan masalah pribadi, keluarga, maupun sosial kemasyarakatan, agar mendapat kebaikan dunia dan akhirat serta terbebas dari azab

⁴⁸ Wahyu Ilaihi, *Pengantar Sejarah Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 22

⁴⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya, Al-Ikhlas, 1983), hlm. 49.

neraka.⁵⁰ Amrullah Ahmad dalam bukunya Ali Aziz, menyinggung tentang tujuan dakwah yaitu untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap dan bertindak manusia pada dataran individual dan sosiokultural dalam rangka terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan.

51

Dari beberapa tujuan dakwah tersebut, secara garis besar tujuan dakwah dapat dibagi dua, yaitu:⁵²

1) Tujuan umum.

Tujuan umum dakwah adalah menyelamatkan umat manusia dari lembahkegelapan dan membawanya ketempat yang terang benderang, dari jalan yang sesat kepada jalan yang lurus, dari lembah kemusyrikan

⁵⁰ Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infak, dan Sedekah*, (Jakarta: Gemalnsani, 2008), hlm. 78.

⁵¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Ed: Revisi), (Jakarta, Kencana, 2004), hlm. 60.

⁵² Awaluddin Pimay, *Metodologi Dakwah*, (Semarang: Rasail, 2006). hlm. 8-13.

dengan segala bentuk kesengsaraan menuju kepada tauhid yang menjanjikan kebahagiaan.

2) Tujuan khusus.

Tujuan khusus dakwah antara lain:

- a) Terlaksananya ajaran Islam secara keseluruhan dengan cara yang benar dan berdasarkan keimanan.
- b) Terwujudnya masyarakat muslim yang diidam-idamkan dalam suatu tatanan hidup berbangsa dan bernegara, adil, makmur, damai dan sejahtera dibawah limpahan rahmat Allah SWT.

Mewujudkan sikap beragama yang benar dari masyarakat

F. Metode Dakwah

Dalam rangka dakwah islamiyyah agar masyarakat dapat menerima dakwah dengan lapang dada, tulus dan ikhlas maka penyampaian dakwah harus melihat situasi dan kondisi masyarakat objek dakwah.

Kalau tidak, maka dakwah tidak dapat berhasil dan tidak tepat guna. Di sini diperlukan metode yang efektif dan efisien untuk diterapkan dalam tugas dakwah.

Landasan umum mengenai metode dakwah adalah Al-Quran Surah An-Nahl ayat 125. Pada ayat tersebut terdapat metode dakwah yang akurat. Kerangka dasar tentang metode dakwah yang terdapat pada ayat tersebut adalah:

1) *Bi Al Hikmah,*

Hikmah merupakan suatu metode

pedekatan komunikasi yang

dilaksanakan atas dasar persuasif.

Karena dakwah bertumpu pada

human oriented maka konsekuensi

logisnya adalah pengakuan dan

penghargaan pada hak-hak yang

bersifat demokratis, agar fungsi

dakwah yang utama (bersifat

informatif), sebagaimana ketentuan

Al-Qur'an:

فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ ﴿١٦﴾ لَسْتَ عَلَيْهِمْ بِمُصَيِّرٍ ﴿١٧﴾

*Artinya: Bahwasannya engkau itu adalah yang memberi peringatan . kamu bukanlah orang yang berkuasa atas mereka. (QS. Al-Ghasiyyah (88): 21-22)*⁵³

Prof. Dr. Toha yahya umar, M.A., menyatakan bahwa hikmah berarti meletakkan sesuatu pada tempatnya dengan berfikir, berusaha menyusun dan mengatur dengan cara yang sesuai keadaan zaman dengan tidak bertentangan dengan larangan Tuhan.⁵⁴

2) *Mauizhah Hasanah,*

Mauizhah hasanah atau nasihat yang baik, maksudnya adalah memberikan nasihat kepada orang lain dengan cara yang baik, yaitu petunjuk-petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima, berkenan di hati, menyentuh perasaan, lurus pikiran, menghindari sikap kasar dan tidak

⁵³ Ibid., 98.

⁵⁴ Wahidin Saputra, "*Pengantar Ilmu Dakwah*" (Jakarta: Rajawali, 2011), 245

mencaci atau menyebut kesalahan audiens sehingga pihak objek dakwah dengan rela hati dan atas kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh pihak subjek dakwah. Jadi, dakwah bukan propaganda.⁵⁵

Menurut Ali Musthofa Yakub, bahwa *Mauizah Hasanah* , adalah ucapan yang berisi nasihat baik dan bermanfaat bagi orang yang mendengarkannya atau argument – argument yang memuaskan sehingga pihak audiensi dapat memberikan apa yang disampaikan oleh subjek dakwah.⁵⁶ Sesuai dengan hadits Nabi Muhammad SAW:

خاطبوا الناس على قدر عقولهم

Berbicaralah kamu dengan manusia sesuai dengan kadar kemampuannya.

3) *Mujadalah.*

Mujadalah adalah berdiskusi dengan cara yang baik dari cara – cara

⁵⁵ Samsul Munir Amin, *“Ilmu Dakwah”* (Jakarta: Amzah, 2009), 100.

⁵⁶ Ibid.

berdiskusi yang ada. Mujadalah merupakan cara terakhir yang digunakan untuk berdakwah manakala kedua cara terakhir yang digunakan untuk orang – orang yang taraf berfikirnya cukup maju dan kritis seperti ahli kitab yang memang telah memiliki bekal keagamaan dari para utusan sebelumnya. Oleh karena itu, Al-Quran juga telah memberikan perhatian khusus kepada ahli kitab, yaitu melarang berdebat dengan mereka kecuali dengan cara terbaik. Firman Allah SWT:

اِنَّكُمْ لَتَاتُونَ الرِّجَالَ وَتَقْطَعُونَ السَّبِيلَ ۗ وَتَأْتُونَ
 فِي نَادِيكُمْ الْمُنْكَرَ فَمَا كَانَ جَوَابَ قَوْمِهِ اِلَّا اَنْ قَالُوا
 ائْتِنَا بِعَذَابِ اللّٰهِ اِنْ كُنْتَ مِنَ الصّٰدِقِيْنَ ﴿٤٦﴾

Artinya: Dan janganlah kamu berdebat dengan Ahli Kitab (Yahudi dan Nasrani) melainkan dengan cara yang lebih baik. Kecuali dengan orang – orang zhalim di antara mereka (QS. Al-‘Ankabut (29): 46)

Dari ayat tersebut, kaum musimin (terutama juru dakwah) dianjurkan agar berdebat dengan ahli kitab cara yang baik, sopan santun dan lemah lembut kecuali jika mereka telah memperlihatkan keangkuhan dan kezaliman yang keluar dari batas kewajaran.⁵⁷

Apabila ditinjau dari sudut pandang yang lain, metode dakwah dapat dilakukan pada berbagai metode yang lazim dilakukan dalam pelaksanaan dakwah. Metode tersebut diantaranya:

1) Metode ceramah.

Metode ceramah adalah metode yang dilakukan dengan maksud untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian dan penjelasan tentang sesuatu kepada pendengar dengan menggunakan lisan.

2) Metode Tanya jawab

⁵⁷ Ibid.

Metode yang dilakukan dengan menggunakan tanya jawab untuk mengetahui sampai sejauh mana ingatan atau pikiran seseorang dalam memahami atau menguasai materi dakwah, di samping itu, juga untuk merangsang perhatian penerima dakwah.

3) Metode diskusi

Diskusi sering dimaksudkan sebagai pertukaran pikiran (gagasan, pendapat dan sebagainya) antara sejumlah orang secara lisan. Membahas suatu masalah tertentu yang dilaksanakan dengan tertaur dan bertujuan untuk memperoleh kebenaran.

4) Metode propaganda (Di'ayah)

Suatu upaya untuk menyiarkan Islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk

massa secara missal, persuasive dan bersifat otoritatif (paksaan)

5) Metode keteladanan

Dakwah dengan menggunakan metode keteladanan atau demonstrasi berarti suatu cara penyajian dakwah dengan memberikan keteladanan langsung sehingga mad'u akan tertarik untuk mengikuti kepada apa yang dicontohkannya.

6) Metode drama

Dakwah dengan menggunakan metode drama adalah suatu cara menjajikan materi dakwah dengan mempertunjukkan dan mempertontonkan kepada mad'u agar dakwah dapat tercapai sesuai yang ditargetkan.

7) Metode silaturahmi (home visit)

Dakwah dengan menggunakan metode home visit atau silaturahmi, yaitu dakwah

yang dilakukan dengan mengadakan kunjungan kepada suatu objek tertentu dalam rangka menyampaikan isi dakwah kepada penerima dakwah.

Metode dakwah sebenarnya dapat diklasifikasikan menjadi berbagai macam metode tergantung dari segi tinjauannya. Dari segi jumlah audien dakwah dibagi dalam dua cara, yaitu:⁵⁸

- 1) Dakwah perorangan, yaitu dakwah yang dilakukan terhadap orang seorang secara langsung. Metode ini kelihatannya tidak efektif tapi nyatanya dakwah perorangan lebih efektif jika dilakukan terhadap orang yang mempunyai pengaruh terhadap

⁵⁸ Slamet Muhaimin Abda, *Prinsip Prinsip Metodologi Dakwah*, (Surabaya: Al- Ikhlas,1994), hlm. 82-83.

suatu lingkungan.

- 2) Dakwah kelompok, yaitu dakwah yang dilakukan terhadap kelompok tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya. Misalnya kelompok ibu-ibu dan sebagainya.

Dari segi cara penyampaiannya metode dakwah dapat digolongkan menjadi dua, yaitu:

- 1) Cara langsung, yaitu dakwah yang dilakukan dengan cara tatap muka antara komunikator dengan komunikasinya.
- 2) Cara tidak langsung, yaitu dakwah yang dilakukan tanpa tatap muka antara da'i dan audiennya. Dilakukan dengan bantuan sarana lain yang cocok. Misalnya dengan bantuan televisi, radio, internet dan lain sebagainya.

G. Subyek Dakwah

Subjek dakwah adalah individu atau kelompok yang berperan sebagai pengagas dan penyampai pesan dakwah kepada masyarakat. Kualitas dakwah yang disampaikan sangat ditentukan oleh kapasitas subjek dakwah itu sendiri, mulai dari wawasan keilmuan, kecerdasan berpikir, keterampilan komunikasi, hingga sikap dan perilaku kesehariannya. Oleh karena itu, pesan dakwah tidak hanya bersumber dari teks keagamaan, tetapi juga tercermin dari kepribadian dan keteladanan subjek dakwah dalam kehidupan nyata.¹

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat telah membawa masyarakat pada persoalan yang kian kompleks. Kondisi ini menuntut dakwah untuk terus beradaptasi, baik dari sisi pendekatan, metode, maupun teknik penyampaiannya. Dakwah yang mampu mengikuti dinamika kehidupan umat tidak akan kehilangan relevansinya, bahkan justru semakin dibutuhkan karena mampu menjawab persoalan aktual yang dihadapi masyarakat.²

Agar pendekatan dakwah yang digunakan tepat sasaran, subjek dakwah—baik secara personal maupun kelembagaan—harus memenuhi dua kompetensi utama, yaitu *tafaqquh fid dîn* dan *tafaqquh fin nâs*.

Tafaqquh fid dîn berarti pemahaman yang mendalam terhadap ajaran Islam yang akan disampaikan, sekaligus kemampuan menerjemahkannya ke dalam realitas sosial dan budaya masyarakat setempat. Contoh konkret dari kompetensi ini dapat dilihat pada strategi dakwah Wali Songo yang menggunakan pendekatan budaya, seperti memaknai ulang cerita wayang dalam nuansa Islam, sehingga ajaran Islam dapat diterima secara halus oleh masyarakat Jawa pada masa itu.³

Sementara itu, *tafaqquh fin nâs* mengandung makna pemahaman yang baik terhadap kondisi sosial, budaya, serta permasalahan yang dihadapi oleh sasaran dakwah. Subjek dakwah dituntut mampu membaca kebutuhan nyata masyarakat dan memberikan solusi yang relevan dengan tetap berlandaskan pada al-Qur'an dan Hadis. Dalam konteks ini, penguasaan ilmu-ilmu sosial seperti psikologi, sosiologi, demografi, dan ilmu kemasyarakatan lainnya menjadi sangat penting. Dengan menguasai kedua kompetensi tersebut, dakwah akan dirasakan sebagai kebutuhan, bukan sekadar kewajiban, sehingga masyarakat lebih terbuka dan bersedia menerima pesan dakwah.⁴

Pendekatan dakwah yang efektif juga mensyaratkan kualifikasi intelektual dan moral yang memadai dari seorang da'i. Syekh Muhammad Abduh menegaskan bahwa seorang da'i ideal harus memiliki penguasaan yang mendalam terhadap al-Qur'an, Hadis, sejarah Nabi dan para sahabat, serta memahami kondisi sosial, ekonomi, dan budaya umat yang didakwahi. Selain itu, da'i juga perlu memahami sejarah untuk menelusuri akar kemerosotan akhlak, menguasai ilmu geografi untuk mengenali medan dakwah, serta memahami psikologi, akhlak, seni, bahasa, sosiologi, dan politik yang berkembang di tengah masyarakat.⁵

Sejalan dengan pandangan tersebut, Syekh al-Maraghi menambahkan bahwa seorang da'i harus mampu memahami karakter, potensi, serta persoalan yang dihadapi oleh sasaran dakwah. Penguasaan bahasa lokal menjadi keharusan agar pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif, sebagaimana Rasulullah SAW menganjurkan para sahabat untuk mempelajari bahasa kaum Yahudi demi kelancaran dialog dan pemahaman yang lebih mendalam. Selain itu, da'i juga perlu memahami berbagai aliran dan mazhab agar mampu membedakan antara kebenaran

dan kebatilan, sehingga dakwah yang disampaikan benar-benar mencerahkan.⁶

Dari uraian tersebut dapat ditegaskan bahwa penguasaan ilmu agama saja belum cukup untuk menjadikan seseorang sebagai subjek dakwah yang efektif. Diperlukan wawasan multidisipliner, kemampuan komunikasi, serta kepekaan sosial agar materi dakwah yang disampaikan terasa aktual, kontekstual, dan tidak membosankan, sekaligus mampu membuka kesadaran umat terhadap realitas yang sedang mereka hadapi.⁷

H. Objek Dakwah

Objek dakwah adalah manusia atau kelompok masyarakat yang menjadi sasaran ajakan menuju jalan Allah. Sasaran dakwah memiliki latar belakang yang sangat beragam, baik dari sisi agama, tingkat pendidikan, kecerdasan, ekonomi, maupun kualitas keimanan. Ada masyarakat yang telah memeluk Islam dengan pemahaman yang mendalam, ada pula yang masih dangkal atau bahkan hanya menunjukkan kebutuhan beragama pada momen-momen tertentu seperti kelahiran, pernikahan, dan kematian.

Keragaman inilah yang menjadikan dakwah sebagai aktivitas yang kompleks dan menantang.⁵⁹

Masyarakat sebagai objek dakwah tidak dapat diperlakukan secara seragam. Dakwah kepada anak-anak tentu berbeda pendekatannya dengan dakwah kepada remaja atau orang dewasa. Demikian pula dakwah kepada kelompok buruh, petani, mahasiswa, pejabat, pedagang, atau perempuan memerlukan strategi yang berbeda-beda. Setiap kelompok memiliki karakteristik, kebutuhan, serta cara pandang yang khas, sehingga menuntut pendekatan dakwah yang spesifik dan kontekstual.⁶⁰

Oleh karena itu, sebelum melaksanakan dakwah, objek dakwah perlu dipelajari dan dianalisis secara mendalam. Asumsinya adalah bahwa suatu metode dakwah yang efektif pada satu kelompok masyarakat belum tentu berhasil diterapkan pada kelompok lainnya. Ketepatan metode dan pendekatan menjadi kunci agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik dan tidak menimbulkan resistensi.⁶¹

⁵⁹ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Cet. ke-4 (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2016), hlm. 105

⁶⁰ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 72

⁶¹ Samsul Munir Amin, *Sejarah Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2014), hlm. 158

Secara umum, objek dakwah dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu sasaran internal dan sasaran eksternal. Sasaran internal mencakup seluruh lapisan masyarakat yang telah memeluk agama Islam, sementara sasaran eksternal adalah masyarakat yang belum memeluk Islam. Dalam menyampaikan dakwah kepada kedua kelompok ini, seorang da'i harus memperhatikan berbagai karakteristik objek dakwah, seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, kondisi ekonomi, status sosial, hingga lingkungan geografis tempat mereka tinggal.⁶²

Perlu disadari bahwa masyarakat sebagai objek dakwah bersifat dinamis dan selalu mengalami perubahan. Aspirasi, pola pikir, selera, dan pandangan hidup masyarakat terus berkembang seiring perubahan zaman. Oleh karena itu, materi dakwah yang relevan pada masa lalu belum tentu sesuai dengan kondisi saat ini. Dakwah dituntut untuk terus memperbarui orientasi, analisis, dan gaya penyampaian agar ajaran Islam tetap hidup, kontekstual, dan mampu menjawab tantangan zaman.⁶³

⁶² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Cet. ke-4 (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2016), hlm. 118

⁶³ Muhammad Abduh, *Risalah Tauhid*, terj. Firdaus A.N. (Jakarta: Bulan Bintang, 1996), hlm. 89–92.

I. Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti “tengah”, “perantara”, atau “pengantar”. Dalam bahasa Arab, media adalah perantara (وسائل) atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Gerlach dan Ely mengatakan bahwa media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan atau sikap.⁶⁴ Apabila media membawa pesan-pesan atau informasi yang bertujuan instruksional atau mengandung maksud-maksud pengajaran maka media itu disebut media pembelajaran. Media dalam komunikasi berasal dari kata “mediasi” karena mereka hadir di antara pemirsa dan lingkungan. Istilah ini sering digunakan untuk menyebutkan media massa⁶⁵. Menurut *National Education Association* (NEA), media adalah

⁶⁴ Gerlach dan Ely, *Teaching and Media: A Systematic Approach*, 1971. Second Edition, by V.S. Gerlach & D.P. Ely, 1980, Boston, MA: Allyn and Bacon. Copyright 1980 by Pearson Education.

⁶⁵ Wikipedia, *media* Diakses di internet pada tanggal 29 Oktober 2021 dari situs:<https://id.wikipedia.org>

sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun audio visual, termasuk teknologi perangkat kerasnya. *Asociation of Education Comunication Technology* (AECT), media adalah segala bentuk dan saluran yang dipergunakan untuk proses penyaluran pesan.

a. Jenis Jenis Media

Jenis-jenis media secara umum dapat dibagi menjadi:⁶⁶

1). Media Visual

Media visual adalah media yang bisa dilihat, dibaca dan diraba. Media ini mengandalkan indra penglihatan dan peraba. Berbagai jenis media ini sangat mudah untuk didapatkan. Contoh media yang sangat banyak dan mudah untuk didapatkan maupun dibuat sendiri. Contoh: media foto, gambar, komik, gambar

⁶⁶ Rudi Susilana dan Cepi Riyana, *Media Pembelajaran: Hakikat, Pengembangan, Pemanfaatan, dan Penilaian*, (Bandung: CV Wacana Prima, 2009), hlm. 21.

tempel, poster, majalah, buku, miniatur, alat peraga dan sebagainya.

2). Media Audio.

Media audio adalah media yang bisa didengar saja, menggunakan indra telinga sebagai salurannya. Contohnya: suara, musik dan lagu, alat musik, siaran radio dan kaset suara atau CD dan sebagainya.

3). Media Audio Visual.

Media audio visual adalah media yang bisa didengar dan dilihat secara bersamaan. Media ini menggerakkan indra pendengaran dan penglihatan secara bersamaan. Contohnya: media drama, pementasan, film, televisi dan media yang sekarang menjamur, yaitu VCD. Internet termasuk dalam bentuk media audio visual, tetapi lebih lengkap dan menyatukan semua jenis

format media, disebut Multimedia karena berbagai format ada dalam internet.

b. Bentuk Bentuk Media

Bentuk bentuk media secara umum:

1) Media cetak

yaitu untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Media cetak merupakan media untuk menyampaikan informasi melalui tulisan yang tercetak. Dalam hal ini media massa sebagai media penyebaran informasi biasa digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah Islamiyah. Pada masa kini publikasi tercetak sangat efektif untuk penyebar informasi kepada khalayak ramai.

2) Media elektronik

Yaitu media yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan

dalam hal ini pesan keagamaan-kepada khalayak penerima dakwah. Pada era sekarang, media elektronik dalam hal ini televisi, sangat efektif sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan khalayak ramai. Oleh karena itu dakwah juga bisa disampaikan melalui media elektronik, agar pesan-pesan dakwah bisa diterima secara efektif.

3) Media alternatif

Media alternatif adalah bentuk media yang berbeda dari bentuk media yang dominan dari segi konten, cara produksi, ataupun cara distribusi mereka. Media alternatif, seperti media pada umumnya, dapat memiliki banyak bentuk seperti cetak, audio, video, internet, atau seni jalanan. beberapa di

antara contoh media alternatif adalah radio komunitas.⁶⁷ Biasanya media-media ini berusaha menyuarakan berbagai suara dan sudut pandang yang kerap terlewatkan, seperti isu buruh perempuan dan membangun komunitas berdasarkan identitas. Media alternatif sering didefinisikan sebagai anti hegemoni, yaitu melawan berbagai nilai dan kepercayaan yang dominan dalam suatu budaya. Posisi media alternatif akhirnya cenderung terpolarisasi pada sudut pandang tertentu, dan juga berukuran lebih kecil dibandingkan media arus utama.

c. Fungsi Media

Media adalah alat yang

⁶⁷ Wikipedia, *Media Alternatif*. Diakses di internet pada tanggal 29 Oktober 2021 dari situs:<https://id.wikipedia.org>

digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis. Dengan adanya media, kita dapat menggunakannya sebagai sarana komunikasi dan juga sebagai sarana mendapatkan informasi yang aktual. Adapun fungsi media dakwah bisa berupa⁶⁸:

- 1) Fungsi menjelaskan.
- 2) Fungsi menjual gagasan.
- 3) Fungsi pembelajaran.
- 4) Fungsi administratif.

Dakwah sebagai aktivitas dan fenomena agama telah tumbuh sebagai bidang kajian yang dipelajari dan dikembangkan di perguruan tinggi. Meskipun demikian dakwah sebagai kegiatan dan fenomena sosial dapat juga

⁶⁸ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011). hlm. 48.

ditelaah dan dikaji melalui studi komunikasi yang sudah berkembang secara internasional. Media dakwah dan komunikasi memiliki kaitan yang erat dan tidak dapat dipisahkan. Media dakwah salah satu bentuk komunikasi antar manusia.

Selain media komunikasi yang banyak melayani khalayak ramai, seperti pers, film, radio, dan televisi, juga merupakan lembaga sosial. Bahkan penggunaan media bisa dimanfaatkan untuk alat perjuangan politik, alat perjuangan ekonomi, alat perjuangan *la khayr amar ma'ruf* dan *nahy mungkar* (dakwah), baik dalam arti universal maupun dalam arti khusus. Selanjutnya, di era globalisasi saat ini sangat banyak fungsi media yang bisa diperankan untuk berdakwah. Hal ini untuk menjaga agar media dakwah selalu mengabarkan kepada hal kebaikan, kebenaran, dan keadilan universal.

Fungsi dakwah yang bersifat universal dari media massa telah melekat secara inheren dalam pelaksanaan kode etiknya dan konsisten menjaga dan membina moral dan etika masyarakat.⁶⁹

1. Pengertian media dakwah

Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah.⁷⁰ Secara etimologi berarti alat perantara. Media dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Dengan banyaknya media yang ada, maka da'i harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah.⁷¹ Media dakwah merupakan alat atau sarana yang dipergunakan untuk berdakwah

⁶⁹ Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2010). hlm. 37.

⁷⁰ Rachmat Djatnika, *Sistem Ethika Islam Akhlak Mulia*, (Jakarta: Pustaka Indonesia, 1996). hlm. 35.

⁷¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010). hlm. 9.

dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan atau materi dakwah kepada *mad'u*.⁷²

Secara etimologis sarana adalah segala sesuatu yang dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan.⁷³ Secara terminologi, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikator kepada khalayak.⁷⁴ Wilbur Schramm dalam bukunya *Big media Little Media*, tahun 1977, mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran.⁷⁵ Secara bahasa arab media/wasilah yang bisa berarti *al-wushlah at attishad* yaitu segala hal yang dapat menghantarkan terciptannya kepada sesuatu yang

⁷² Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual Dan Kontesktual*, (Yogyakarta: AK Group,2006). hlm. 100.

⁷³ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka Depdikbud, 1990).hlm, 784.

⁷⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000), hlm. 131.

⁷⁵ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: AMZAH, 2009), hlm.

dimaksud.⁷⁶

Berdasarkan uraian diatas media dakwah yaitu segala sesuatu yang dipergunakan atau menjadi penunjang berlangsungnya pesan dari komunikan (da'i) kepada khalayak. Atau dengan kata lain bahwa segala sesuatu yang dapat menjadi penunjang/alat dalam proses dakwah yang berfungsi mengefektifkan penyampaian ide (pesan) dari komunikator (da'i) kepada komunikan (khalayak).

⁷⁶ Enjang AS, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung.: Widya Padjajaran, 2009) , hlm. 93.

BAB III

KONSEP STRATEGI DALAM ILMU DAKWAH

A. Definisi Strategi

Istilah strategi sering terdengar di lingkungan organisasi, menurut Santina yang dikutip oleh Mohammad Ahyan Yusuf Sya' bani Lutfiyah dan Hasan Basri, strategi dapat dipahami sebagai rencana yang terperinci dan sistematis yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. **Mohammad Ahyan Yusuf Sya' bani Lutfiyah, Hasan Basri, "Strategi Pembelajaran Pondok Pesantren Dalam Menghadapi Tantangan Era Revolusi 4.0," Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Keagamaan 21, No. 2 (2020), hal 12** Strategi diartikan sebagai sebuah rencana yang matang untuk merancang kegiatan yang efektif dalam mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan. **Siti Zaida Hanum And Abraham Zakky Zulhazmi, "Strategi Dakwah Muslimah Di Perkotaan: Studi Pada Komunitas Humaira Surakarta," Academic Journal Of Da'wa And**

Communication 3, No. 1 (2022), hal 56 Strategi sebagai sebuah proses yang melibatkan para pemimpin puncak dalam merumuskan rencana yang berorientasi pada tujuan jangka panjang organisasi. Proses ini juga mencakup penyusunan langkah-langkah atau upaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Dian Sudiantini And Hadita, "Manajemen Strategi," Cv. Pena Persada, 2022, hal 81 Terdapat empat langkah penting yang harus dilaksanakan dalam strategi yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuiting*) dan pengawasan atau evaluasi (*controlling*). **Thareeq Akbar Perkasa, Rafinita Aditia, And Universitas Bengkulu, "Strategi Komunikasi Kepemimpinan: Suatu Tinjauan Teoritis," Journal Of Student Research (Jsr) 1, No. 2 (2023), hal 77.**

Strategi sebagai suatu cara untuk meraih keunggulan kompetitif sebuah rencana tindakan yang menghubungkan tujuan strategis dengan langkah-langkah operasional.⁷⁷ Menurut Allison

⁷⁷ Ni Luh Putu Agustini Karta I Made Hedy Wartana Gunawan Wibisono and Ni Made Christine Dwiyaniti, *Manajemen Strategik Konsep*

dan Kaye yang dikutip oleh Ni Ketut Riani menjelaskan bahwa strategi merupakan prioritas atau arah keseluruhan yang diambil oleh suatu organisasi. **M Nurul Fadhli, "Strategi Komunikasi Organisasi Di Mis Azzaky Medan" 2, No. 2 (2021), hal 21.** Strategi adalah sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang, berasal dari kata Yunani "*strategia*" yang berarti seni menjadi jenderal. Rangkuti menjelaskan bahwa strategi adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan perusahaan. **Ni Ketut Riani, "Strategi Peningkatan Pelayanan Publik," Pharmacognosy Magazine 75, No. 17 (2021), hal 105.**

Melalui penerapan strategi yang tepat, organisasi dapat mengarahkan upaya mereka secara lebih fokus dan terukur, sehingga peluang keberhasilan pun meningkat. Pengertian strategi di atas dapat penulis pahami, bahwa strategi sebagai suatu prioritas dan cara untuk mencapai tujuan dari organisasi, cara yang digunakan mengacu pada misi untuk mencapai visi organisasi dan dapat disimpulkan juga, bahwa strategi adalah rencana atau

pendekatan yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu dengan efisiensi dan efektivitas. Strategi ini melibatkan serangkaian tindakan yang diambil berdasarkan analisis menyeluruh dari situasi yang ada, serta pertimbangan sumber daya yang tersedia. Strategi tidak hanya mencakup tujuan jangka pendek, tetapi juga perencanaan jangka panjang.

B. Aspek Penting Strategi Dakwah

Kutipan Rosyda Nur Fauziah menurut Hisyam Alie yang terdapat empat aspek penting yang perlu dipertimbangkan untuk mencapai strategi yang efektif.

- 1) Kekuatan (*strength*) yang mencakup penilaian terhadap kapasitas yang dimiliki, seperti sumber daya manusia, dana, dan peralatan yang tersedia.⁷⁸
- 2) Kelemahan (*weakness*) mencakup berbagai faktor yang dapat menghambat kinerja efektif suatu perusahaan atau organisasi,

⁷⁸ Rosyda Nur Fauziah “Analisa Swot: pengertian, manfaat, tujuan dan cara penggunaan” https://www.gamedia.com/best-seller/analisa-swot/?srsltid=AfmBOopb5SR7O_B8HfOKE9ElnEXvk7KVorYAdxtTgaL_QHmzlwOAujiA0 (akses 13 Desember 2024)

terkait dengan keterbatasan sumber daya, keterampilan, dan kemampuan. Kelemahan ini bersifat internal, melibatkan fasilitas yang ada, sumber daya keuangan, kemampuan manajerial, keterampilan pemasaran, dan citra merek.⁷⁹

- 3) Peluang (*oportunity*) mencerminkan sejauh mana kesempatan tersedia, termasuk kemungkinan bahkan untuk memanfaatkan peluang yang sangat kecil sekalipun.
- 4) Ancaman (*threats*) berkaitan dengan penilaian terhadap kemungkinan risiko yang mungkin muncul dari luar.⁸⁰

Strategi dalam konteks organisasi sebagai proses penetapan berbagai tujuan dan sasaran jangka panjang bagi suatu organisasi. Melibatkan perumusan rencana tindakan dan pengalokasian sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. **Mela Julia And Alifah Jiddal Masyruroh, "Literature Review**

⁷⁹ Bayu Adi Isnanto, "Pengertian weaknes, cara mengenali dan mengatasi" <https://www.detik.com/bali/bisnis/d-6412953/weakness-adalah-cara-mengenali-dan-mengatasi> (akses 11 Desember 2024)

⁸⁰ Masfi Sya'fiatul Ummah, "Stategi Dakwah Antar Budaya," Sustainability (Switzerland) 11, No. 1 (2019), hal 14

Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan Dan Strategi Organisasi," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3, No. 4 (2022), hal 95 Menurut Najamuddin dari bukunya Karl von Clausewitz, strategi dapat diartikan sebagai seni bagi tentara dalam menghadapi pertempuran. Najamuddin, **"Strategi Dakwah Dan Faktor Pengaruh Pendahuluan Dalam Konstelasi Kehidupan Di Dunia Ini Manusia Tentunya,"** *Jurnal Studi Islam* 12, No. April (2020), hal 46 Strategi dapat diartikan sebagai keputusan berdasarkan tujuan untuk berhasil, penting mempertimbangkan kondisi dan situasi audiens.⁸¹

Terdapat dua jenis rencana utama yaitu rencana strategis dan rencana operasional. Rencana strategis dirancang untuk mencapai tujuan organisasi jangka panjang, sementara rencana operasional memberikan informasi lebih rinci tentang cara menerapkan rencana strategis tersebut. Tujuan merancang rencana strategis adalah untuk merumuskan

⁸¹ Siska Sari Nurindah, "Strategi Komunikasi Pimpinan Fatayat Nu Ranting Desa Sambeng Wetan Dalam Membentuk Kader Militan", Uin Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto, (2022), hal 20.

rencana jangka panjang yang terstruktur dengan baik yang dapat digunakan sebagai panduan dalam menetapkan dan mencapai tujuan organisasi. **Andri Irmanto And Muannif Ridwan, "Analisis Tentang Pentingnya Rencana Strategis Organisasi (Analysis Of The Importance Of Organizational Strategic Plans)" 1, No. 1 (2021), hal 7.**

Konsep strategi merupakan kerangka gagasan atau pemikiran yang digunakan untuk merancang rencana tindakan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi melibatkan pemahaman mendalam tentang situasi saat ini, termasuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya, serta kemampuan untuk mengerahkan sumber daya secara optimal. Strategi bertujuan untuk membuat keputusan yang tepat dan memandu tindakan yang konsisten dan terkoordinasi dalam situasi yang kompleks dan dinamis.

C. Faktor-Faktor Strategi Dakwah

Strategi juga mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan tersebut:

- 1) Faktor internal mengacu pada identifikasi dan pengaktifan elemen dalam suatu organisasi yang dapat memengaruhi kinerja dan keberhasilannya. Elemen tersebut mencakup kekuatan dan kelemahan yang timbul dari berbagai aspek seperti sumber daya manusia, sumber daya keuangan, sumber daya fisik, teknologi, struktur organisasi, budaya organisasi, dan sistem informasi. Memahami faktor internal, organisasi dapat mengidentifikasi potensi dan tantangan mereka dalam mencapai tujuannya.
- 2) Faktor eksternal melibatkan proses pengenalan berbagai elemen di luar organisasi yang juga dapat memengaruhi kinerja dan keberhasilannya. Elemen ini mencakup peluang dan ancaman yang timbul dari aspek politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum, dan lingkungan. Memahami faktor eksternal memberi organisasi wawasan tentang kekuatan dan

kelemahan saat menghadapi persaingan dan tantangan dari luar.⁸²

Beberapa pengertian strategi di atas dapat peneliti pahami bahwa strategi sebagai suatu prioritas dan cara untuk mencapai tujuan dari organisasi. Cara yang digunakan mengacu pada misi untuk mencapai visi organisasi. Disimpulkan juga bahwa strategi adalah rencana atau pendekatan yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu.

D. Pendekatan Strategi Dakwah

Kata pendekatan dakwah adalah titik tolak atau sudut pandang terhadap proses dakwah, umumnya, penentuan pendekatan di dasarkan pada mitra dakwah dan suasana yang melingkupinya. Dalam pelaksanaan dakwah dikenal beberapa istilah yang memiliki beberapa kemiripan makna, sehingga seringkali membuat orang merasa bingung untuk membedakannya. Istilah-istilah tersebut antara lain; pendekatan dakwah, strategi dakwah, metode dakwah, teknik

⁸² Mualif, "manajemen strategi: pengertian proses dan tujuan" https://an-nur.ac.id/blog/manajemen-strategi-pengertian-proses-dan-tujuan.html#Analisis_Lingkungan_Internal (akses 11 Desember 2024)

dakwah, serta taktik dakwah yang semua ini di namakan dengan konsep dakwah. Pendekatan dakwah dapat diartikan sebagai titik tolak atau sudut pandang seseorang terhadap proses dakwah. Umumnya, penentuan pendekatan dakwah didasarkan pada suasana yang melingkupinya.⁸³

Ada berbagai pendekatan dakwah yang dapat diaplikasikan dalam mencapai kesuksesan dakwah, diantaranya yaitu:⁸⁴ (1) Pendekatan Personal, pendekatan dengan cara ini terjadi dengan cara individual yaitu antara *da'i* dan *mad'u* langsung bertatap muka sehingga materi yang disampaikan langsung diterima dan biasanya reaksi yang ditimbulkan oleh *mad'u* akan langsung diketahui. (2) Pendekatan Pendidikan, pendekatan dengan cara ini biasanya terapkan dalam lembaga-lembaga pendidikan pesantren, yayasan, organisasi yang bercorak Islam ataupun perguruan tinggi yang di dalamnya terdapat materi-materi keislaman. (3) Pendekatan Diskusi, pendekatan diskusi sering dilakukan lewat berbagai diskusi keagamaan, yang biasanya *da'i*

⁸³ M. Ali Aziz, Ilmu Dakwah (Jakarta: Kencana, 2009), 347.

⁸⁴ Wahidin Saputra, Pengantar Ilmu Dakwah (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 257.

berperan sebagai narasumber sedangkan *mad'u* berperan sebagai audience. (4) Pendekatan Penawaran, pendekatan ini pernah dilakukan oleh Nabi dengan memakai metode yang tepat tanpa paksaan sehingga *mad'u* ketika meresponnya tidak dalam keadaan tertekan bahkan ia melakukannya dengan niat yang timbul dari hati yang paling dalam.(5) Pendekatan Misi, pendekatan misi adalah mengirim tenaga para *da'i* ke daerah-daerah yang minim para *da'inya*, dan di samping itu daerah yang menjadi tujuan adalah biasanya kurang memahami ajaran-ajaran Islam. Pendekatan-pendekatan ini lebih banyak melihat pada kondisi *mad'u*.

Pendekatan-pendekatan di atas dapat disederhanakan dengan dua pendekatan. Pendekatan Struktural dan Pendekatan Kultural. Pendekatan struktural misalnya melalui peran politik para elit politik dalam memperjuangkan Islam melalui pemerintahan, sedangkan pendekatan kultural misalnya melalui pendidikan, pemberdayaan ekonomi, budaya masyarakat, sumber daya manusia, dan sebagainya.⁸⁵ Oleh sebab itu, pendakwah, metode dakwah, pesan

⁸⁵ Sunarto AS, *Kiai Prostitusi* (Surabaya: Jaudar Press, 2013), 23.

dakwah, dan media dakwah harus menyesuaikan kondisi *mad'u*. Dengan kata lain pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan *human oriented* dengan menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia.⁸⁶

Dari pengertian tersebut, maka terdapat dua pendekatan dakwah yang terpusat pada pendakwah dan *mad'u*. Pendekatan yang terpusat pada pendakwah (*da'i center*) menuntut unsur-unsur dakwah lainnya atau bekerja sesuai dengan kemampuan pendakwah, misalnya penggunaan metode dan media dakwah yang mampu digunakan serta dimanfaatkan oleh pendakwah. Pendekatan yang berpusat pada pendakwah ini hanya bertujuan pada pelaksanaan kewajiban dakwah. Kewajiban pendakwah adalah menyampaikan pesan dakwah hingga *mad'u* memahaminya. Aspek kognitif (pemahaman) *mad'u* terhadap pesan dakwah lebih ditekankan daripada aspek afektif (sikap), dan psikomotorik (tingkah laku) mereka. Sedangkan pendekatan dakwah yang berpusat pada *mad'u* (*mad'u center*). Maka memfokuskan unsur-unsur dakwah pada

⁸⁶ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), 46-47.

upaya penerimaan *mad'u*, maka berupaya mengubah keyakinan agama *mad'u* tidak hanya tingkatan pemahaman, tetapi lebih daripada itu, yaitu untuk mengubah sikap dan perilaku *mad'u*. Dalam hal ini, maka semua unsur dakwah harus sesuai dengan kondisi *mad'u* misalnya pemberian materi dakwah yang sesuai dengan kebutuhan *mad'u*, penggunaan metode dan media dakwah yang dapat menggugah hati *mad'u*, dan sebagainya.⁸⁷

⁸⁷ Ibid, 47

BAB IV

STRATEGI DAKWAH

A. Teori Strategi Dakwah

Strategi dakwah merupakan suatu rencana dan pendekatan untuk mengajak umat Islam meningkatkan kualitas ibadahnya, agar tercapai kedamaian, kebahagiaan, dan keamanan yang mampu menghindarkan mereka dari berbagai bencana yang dapat membawa kepada kehancuran. **Achmad Baidowi And Moh. Salehudin, "Strategi Dakwah Di Era New Normal," *Muttaqien; Indonesian Journal Of Multidiciplinary Islamic Studies* 2, No. 01 (2021), hal 74** Penting untuk dipahami bahwa istilah strategi dakwah merupakan gabungan dua disiplin ilmu yang berbeda. Berdasarkan penjelasan ini akan dijelaskan pemahaman konseptual dan skematis masing-masing komponen strategi dakwah. Setelah memperoleh pemahaman yang jelas, selanjutnya menarik kesimpulan dan

menyusunnya menjadi definisi yang komprehensif.⁸⁸

Menurut Asmuni Syukir dalam bukunya "Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam" yang dikutip oleh Sri Mulyani menjelaskan strategi dakwah dapat diartikan sebagai metode, taktik, atau sikap yang digunakan dalam aktivitas dakwah. Sri Mulyani, "Strategi Dakwah Ippnu-Ippnu Dalam Mengatasi Kenakalan Remaja Di Kecamatan Banyakan Kediri," *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, (2022), hal 39. Pandangan Murad dalam kutipan Muslem Hamdani menyatakan strategi dakwah merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan, ditegaskannya bahwa strategi dakwah bukan sekedar rencana melainkan gabungan berbagai unsur yang saling mendukung. **Muslem Hamdani, "Strategi Da'wah Penyuluh Agama Dalam Pembinaan Masyarakat (Studi Analisis Strategi Penyuluh Agama Di Kemenag Kab. Bireuen)," *Al-Mizan: Jurnal Hukum Islam Dan Ekonomi Syariah* 7, No.1(2020) hal 17** Strategi dakwah dapat diartikan sebagai rencana yang

⁸⁸ Najamuddin, "Strategi Dakwah Dan Faktor Pengaruh", *Tasamuh: Jurnal Studi Islam* Volume 12, Nomor 1, (2020), hal 46

mencakup serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Strategi ini merupakan rencana tindakan yang melibatkan berbagai metode serta pemanfaatan sumber daya dan kekuatan yang berbeda. Pengembangan strategi dakwah bertujuan untuk mencapai hasil yang spesifik, yang artinya seluruh keputusan strategis diarahkan untuk mencapai tujuan tersebut. **Abdul Azis, “Gambaran Strategi Dakwah Komunitas Pada Dewasa Awal Di Komunitas Terang Jakarta” 26, No. 1 (2022) hal 50.**

Dr. Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni sebagaimana dikutip oleh N Aziz menjelaskan teori strategi dakwah mencakup berbagai ketentuan dan rencana yang dirancang untuk melaksanakan kegiatan dakwah secara efektif.⁸⁹ Dr. Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni merupakan seorang ulama dan pendidik terkemuka asal Aleppo (Halab), Suriah lahir pada tahun 1913 M, yang dikenal luas atas kontribusinya dalam bidang dakwah dan

⁸⁹ N Aziz, Strategi Dakwah Majelis Ulama Indonesia Kota Tangerang Selatan Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Keilaman Remaja Masjid Ciputat Timur, Repository.Uinjkt.Ac.Id, 2023, hal 27

pendidikan Islam. Beliau berasal dari keluarga ulama yang religius dan mencintai ilmu. Ayahnya, Syaikh Isa Al-Bayanuni seorang ulama sufi dan pengajar di sekolah al-Khsrawiyah di Aleppo. Sejak kecil Abu Al-Fath telah menghafal Al-Qur'an pada usia lima tahun, dan melanjutkan pendidikan formalnya selama enam tahun. Kemudian beliau melanjutkan studi di Dar al-mu'alimin dan lulus pada tahun 1931 M. Setelah lulus beliau mengajar di daerah pedesaan selama delapan tahun sebelum pindah ke Kota Aleppo. Disana beliau mengajar di berbagai sekolah menengah dan di Kolej Al-arabi hingga pensiun pada tahun 1968. Setelah pensiun, beliau fokus pada kegiatan dakwah dan tarbiyah, termasuk mendirikan organisasi dakwah yang beliau dirikam sendiri. **Muhammad Said Paluseri, "Strategi Dakwah Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuni Dalam Meningkatkan Spiritualitas Narapidana Narkotika Di Rutan Kelas Iib Pinrang," Pascasarjana IAIN Parepare, 2020, hal 37.**

Abu Al-Fath Al-Bayanuni dikenal karena kontribusinya dalam bidang dakwah Islam dan

salah satu karya terkenalnya adalah buku al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wah (Pengantar Studi Ilmu Dakwah), yang membahas strategi dakwah yang efektif dalam bukunya beliau mengemukakan tiga pendekatan utama dalam dakwah. Dr. Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni mengungkapkan bahwa strategi dakwah dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori berikut:

- 1) Strategi Sentimentil (*al-manhaj al-athifi*) berfokus pada aspek emosional hati dan menggerakkan persasaan kehidupan batin mitra dakwah. Pendekatan ini, anggota komunitas dakwah memberikan nasihat yang menyentuh, khutbah atau ceramah, memberikan semangat kepada mitra dakwah, panggilan yang penuh kesopanan, atau memenuhi segala kebutuhan *mad'u* baik secara materi maupun non materi. Metode ini sangat relevan bagi mereka yang berada di pinggiran masyarakat dan dianggap lemah, seperti perempuan, anak-anak beriman, mualaf yang masih rapuh dalam iman, orang-orang miskin, dan anak yatim. Strategi sentimental ini dapat dilihat

dalam contoh Nabi Muhammad SAW ketika berinteraksi dengan kaum musyrik di Mekkah, di mana sebagian besar pengikutnya berasal dari kelompok yang lemah. Melalui pendekatan ini, mereka yang lemah merasa dihargai, sementara para bangsawan juga mendapatkan penghormatan.

- 2) Strategi Rasional (*al-manhaj al-aqli*) mencakup berbagai metodologi yang menekankan pada aspek rasional pikiran. Pendekatan ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir kritis, melakukan refleksi, dan terus belajar. Beberapa metode yang digunakan dalam strategi ini meliputi penggunaan hukum logis, argumentasi, diskusi, pengambilan sampel, serta pemaparan bukti sejarah.⁹⁰
- 3) Strategi Indrawi (*al-manhaj al-hissi*) strategi ini didefinisikan sebagai sistem dakwah yang menekankan penggunaan panca indera, eksperimen, pengalaman seperti praktik keagamaan, keteladanan dan

⁹⁰ Abu Al-Fath Al Bayanuni, Pengantar Studi Ilmu Dakwah, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2021) hal 215

mengungkapkan hasil ilmiah didasarkan pada temuan-temuan penelitian yang valid. Melalui strategi ini diperoleh berbagai metode yang melibatkan praktik keagamaan dan panutan. Nabi Muhammad SAW menerapkan ajaran Islam dengan cara yang mencerminkan strategi pancaindra, disaksikan oleh para sahabatnya. Mereka menyaksikan berbagai mukjizat, seperti terbelahnya bulan dan munculnya Malaikat Jibril dalam bentuk manusia. Saat ini, kita dapat merujuk kepada Al-Quran sebagai sumber untuk memperkuat atau bahkan mempertanyakan hasil-hasil penelitian ilmiah yang ada.⁹¹

Dakwah diperlukan strategi yang tepat serta penggunaan kosa kata yang mudah dipahami oleh *mad'u*. Hal itu interaksi yang terjalin akan menjadi lebih indah dan disukai. Dakwah bertujuan untuk mencapai perbaikan di tengah umat, menjaga hubungan silaturahmi, menghindari permusuhan, serta senantiasa

⁹¹ Ibid hal 215

berakhlak mulia. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ

عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk. (Q.S An-Nahl: 125).⁹²

Ayat di atas menjelaskan tiga strategi dakwah yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan agama, yaitu strategi *bil hikmah*, strategi *al-mujadalah*, dan strategi *mauidhoh hasanah*. Setiap strategi ini bisa disesuaikan dengan karakteristik *mad'u* yang dihadapi di lokasi dakwah.

⁹² Al-Qur'an Kemenag Surat An-Nahl Ayat 125

- 1) Strategi *bil hikmah* mengandung makna kebijaksanaan, dengan berbicara secara bijaksana, seorang *da'i* dapat lebih mudah mendekati *mad'u nya*, yang pada gilirannya membuat pesan dakwah lebih diterima oleh masyarakat.
- 2) Strategi *al-mujadalah* adalah pendekatan yang dilakukan melalui diskusi atau dialog mengenai permasalahan. Metode ini sangat relevan dalam konteks dakwah karena dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan pendengar. Melalui diskusi, pendengar dapat memahami mana yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadist, serta menentukan mana hal yang seharusnya diikuti dan dilaksanakan.
- 3) Strategi *mauidhoh hasanah* menekankan pentingnya berkata dengan baik dan sopan. Saat ini, kita melihat banyak *da'i* bermunculan di tengah masyarakat dengan menerapkan berbagai strategi yang menarik, sehingga dakwah mereka dapat mencuri perhatian. Para *da'i* dituntut untuk menyampaikan pesan dengan kalimat-

kalimat yang mudah dipahami oleh *mad'u* mereka.⁹³

Strategi dakwah merupakan rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dalam menyebarkan ajaran agama. Salah satu pendekatan yang terbukti efektif adalah melalui pendidikan. Para *da'i* dapat menyampaikan pemahaman yang mendalam tentang ajaran agama kepada masyarakat. Selain meningkatkan kualitas dakwah, pendidikan juga menyediakan pengetahuan yang akurat dan relevan, sekaligus membantu mengatasi kebingungan atau kesalahpahaman yang mungkin muncul dalam memahami ajaran agama.⁹⁴ Di era modern ini, pemanfaatan teknologi telah menjadi salah satu strategi dakwah yang semakin diminati. Teknologi informasi dan komunikasi memberikan peluang untuk menyebarkan pesan dakwah melalui

⁹³ M. Berkah Riski Lubis, "Strategi Dakwah Ustaz Ahmad Yazim Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Keislaman Di Desa Jaharun B Kecamatan Galang," *Bashirah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, No. 1 (2023) hal 83

⁹⁴Nisa Amelia, pendekatan strategi dan metode efektif dalam dakwah, <https://www.kompasiana.com/nisaamelia3391/668506ceed64155ffc4c18e2/Pendekatan-Strategi-Dan-Metode-Efektif-Dalam-Dakwah> (akses 11 Desember 2024)

berbagai platform, seperti media sosial, situs web, dan aplikasi *mobile*. Dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih mudah, terutama di kalangan generasi muda yang lebih akrab dengan dunia digital karena dengan menggunakan teknologi.

Strategi dakwah melibatkan penggunaan teknik selama tahap perencanaan tindakan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memperdalam pemahaman serta menyegarkan kembali konsep dakwah itu sendiri sebagai upaya kolektif umat Islam. **Abdul Muhid, Muhammad Hamdan Yuwafik, "Strategi Dakwah Pesantren Luhur Al-Husna Dalam Menjaga Toleransi Beragama Di Kota Surabaya," Dakwah Dan Sosial 3, No. 02 (2020), hal 195.** Keberhasilan dakwah yang maksimal diperlukan dari beberapa faktor pendukung, salah satunya adalah penerapan strategi dakwah yang tepat. Sebagaimana dalam merancang strategi dakwah, beberapa prinsip penting perlu diperhatikan:

- 1) Prinsip filosofis yaitu membahas isu-isu yang berkaitan erat dengan tujuan dakwah.
- 2) Prinsip sosiologis yaitu mempertimbangkan aspek-aspek yang

berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah.

- 3) Prinsip keterampilan dan kemampuan *da'i* berfokus pada kapasitas dan profesionalisme *da'i* sebagai praktisi dakwah.
- 4) Prinsip psikologis yaitu meneliti isu-isu yang terkait dengan kewajiban manusia.
- 5) Prinsip efektivitas dan efisiensi mengandung makna bahwa kegiatan dakwah harus memperhatikan keseimbangan antara biaya, waktu, dan tenaga yang dikeluarkan dengan hasil yang dicapai.

Memahami dan menerapkan prinsip-prinsip di atas, seorang *da'i* atau mubaligh akan mampu mengembangkan strategi dakwah yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan khalayaknya. Demikian dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah adalah serangkaian kegiatan yang terencana dan dirancang untuk mencapai tujuan utama, yakni mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Strategi ini dianggap sebagai taktik yang memegang

peranan krusial dalam proses dakwah, karena mempengaruhi hasil akhir.

Setiap strategi yang diterapkan dapat bervariasi tergantung pada target audiens. **Ambar Afiah, "Strategi Dakwah Nahdlatul Ulama Dalam Pembinaan Masyarakat Desa Kresno Widodo Kecamatan Tegineneng Kabupaten Pesawaran", Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro 2021, hal 6.** Tujuan strategi dakwah adalah memastikan bahwa penerima (*mad'u*) memahami pesan yang disampaikan. Setelah penerima memahami dan menerima pesan, langkah selanjutnya adalah memberikan panduan, di mana komunikator memberikan motivasi positif kepada penerima.

B. Strategi Dakwah Kultural

Strategi dakwah kultural merupakan pendekatan dakwah yang menekankan pemahaman terhadap budaya, nilai, tradisi, dan kebiasaan masyarakat sebagai pintu masuk penyampaian ajaran Islam. Dakwah tidak dilakukan dengan cara memaksakan ajaran, tetapi melalui proses dialog dan akulturasi yang bijaksana, sebagaimana metode dakwah Rasulullah ﷺ yang selalu mempertimbangkan kondisi sosial dan budaya *mad'u*. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip

al-hikmah dan *al-mau'izhah al-hasanah* sebagaimana termaktub dalam Al-Qur'an (QS. An-Nahl: 125), yang menekankan kebijaksanaan dan kelembutan dalam berdakwah.⁹⁵

Di era konvergensi media, dakwah kultural mengalami transformasi signifikan karena budaya masyarakat tidak lagi hanya bersifat lokal, tetapi juga digital. Media sosial, platform video, podcast, dan aplikasi pesan telah membentuk budaya baru dalam cara manusia berinteraksi, berpikir, dan menerima pesan keagamaan. Oleh karena itu, dakwah kultural di era ini harus mampu membaca budaya digital, seperti bahasa visual, gaya komunikasi singkat, dan narasi yang emosional, tanpa meninggalkan substansi ajaran Islam. Dakwah yang disampaikan melalui konten kreatif seperti video pendek, ilustrasi, atau cerita inspiratif merupakan bentuk aktualisasi dakwah kultural yang relevan dengan masyarakat modern.⁹⁶

Strategi dakwah kultural di era konvergensi media juga menuntut da'i untuk memahami identitas dan karakter audiens yang beragam. Masyarakat digital terdiri dari berbagai latar belakang usia,

⁹⁵ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*, Jakarta: Lentera Hati, 2013, hal 45

⁹⁶ Asep Saepul Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012, hal 50

pendidikan, dan budaya, sehingga pesan dakwah harus disesuaikan agar tidak menimbulkan resistensi. Islam mengajarkan prinsip *taysîr* (memudahkan) dan *raf'ul haraj* (menghilangkan kesulitan) dalam menyampaikan ajaran, sehingga dakwah hendaknya bersifat inklusif, ramah, dan menenangkan. Pendekatan ini menjadikan dakwah sebagai sarana pembinaan akhlak dan kesadaran spiritual, bukan sekadar penyampaian hukum secara kaku.⁹⁷

Selain itu, dakwah kultural di era konvergensi media berperan penting dalam menjaga nilai-nilai Islam di tengah arus globalisasi dan budaya populer. Dengan memanfaatkan media yang menyatu antara teks, audio, dan visual, dakwah dapat menghadirkan Islam sebagai agama yang *shalih li kulli zaman wa makan* (relevan di setiap waktu dan tempat). Ketika nilai-nilai Islam dikemas melalui pendekatan budaya yang bijak dan teknologi yang tepat, dakwah tidak hanya diterima, tetapi juga mampu membentuk kesadaran dan perilaku Islami secara berkelanjutan di tengah masyarakat digital.⁹⁸

⁹⁷ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016, 70

⁹⁸ Wahyu Ilaihi dan Harjani Hefni, *Pengantar Sejarah Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2018, hal 90

C. Strategi Dakwah Struktural

Dalam konteks dakwah kontemporer, strategi dakwah struktural berarti memanfaatkan posisi sosial, kelembagaan, dan peran publik untuk menyebarkan ajaran Islam secara sistematis dan luas. Pendekatan ini tidak hanya fokus pada penyampaian pesan individual, tetapi juga pada penguatan struktur sosial dan kelembagaan yang dapat mendukung perubahan budaya masyarakat menuju nilai-nilai Islam yang seimbang dan berakhlak mulia. Dalam Islam, dakwah struktural mencerminkan prinsip amar ma'ruf nahyi munkar – mengajak kebaikan dan mencegah keburukan bukan hanya secara individu tapi juga melalui penguatan tatanan masyarakat.

Salah satu contoh nyata strategi dakwah struktural di Indonesia tahun 2025 adalah peran Muhammad Iqdam Kholid (Gus Iqdam), seorang pendakwah milenial dari Blitar yang aktif memadukan dakwah tradisional pesantren dengan media digital untuk membentuk struktur dakwah yang lebih efektif dan adaptif. Gus Iqdam tidak hanya menyampaikan ceramah di majelis taklim, tetapi juga menjadikan konten dakwahnya tersebar jauh melalui platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram sehingga

pesan keagamaan yang moderat dan menyejukkan Islam dapat diakses oleh khalayak yang luas, termasuk generasi milenial dan Gen Z. Pendekatan ini menciptakan struktur baru dalam dakwah Islam yang menggabungkan pesan moral tradisional dengan kekuatan konvergensi media modern.

Studi kasus yang menarik adalah keterlibatan H. Beky Herdihansah atau Haji Beky – tokoh masyarakat dan pengusaha sukses yang pada tahun 2025 dilantik sebagai Wakil Bupati Blitar dan dikenal sebagai sahabat serta santri dari Gus Iqdam. Keberadaan Haji Beky dalam struktur pemerintahan lokal memberikan peluang strategis bagi dakwah struktural untuk memengaruhi kebijakan sosial yang berpihak pada penguatan nilai Islam dalam masyarakat. Sebagai pemimpin daerah yang religius, peran Haji Beky menjadi jembatan antara pesan dakwah Gus Iqdam dengan komunitas yang lebih luas, baik melalui kegiatan sosial, penguatan budaya religius, maupun dalam kebijakan publik yang memastikan nilai-nilai moral Islam terintegrasi dalam pembangunan masyarakat.

Implementasi dakwah struktural di era konvergensi media juga bisa dilihat saat Gus Iqdam mengundang Haji Beky untuk hadir dan berbicara

dalam majelis taklim secara langsung melalui siaran online yang ditayangkan ke seluruh nusantara. Peristiwa seperti itu menunjukkan bagaimana struktur dakwah — berupa kolaborasi antara tokoh agama dan pejabat publik — mampu memperluas jangkauan pesan Islam dan memengaruhi wacana publik secara positif. Dakwah tidak lagi sekadar ceramah di mimbar, tetapi telah menjadi bagian dari kebijakan sosial dan komunikasi publik di ruang digital yang efektif menjangkau berbagai segmen masyarakat.

Dengan demikian, strategi dakwah struktural di era konvergensi media mengajarkan bahwa dakwah Islam tidak hanya bertumpu pada penyampaian pesan, tetapi juga pada pembentukan sistem sosial dan kelembagaan yang mampu memperkuat nilai agama secara kontekstual. Islam mengajarkan bahwa dakwah harus bersinergi dengan al-hisbah (pengawasan moral), al-ma'ruf (kebaikan sosial), dan al-'adalah (keadilan sosial), termasuk melalui struktur pemerintahan dan kekuasaan publik yang berpihak kepada kesejahteraan umat. Contoh Gus Iqdam dan Haji Beky di Blitar tahun 2025 menggambarkan bagaimana dakwah dapat terintegrasi dengan struktur sosial dan media digital untuk menghadirkan Islam

yang moderat, inklusif, dan efektif di masyarakat modern.

D.Strategi Dakwah Transformatif di Era Konvergensi Media

Strategi dakwah transformatif (*Transformational Da'wah Strategy*) adalah pendekatan yang mengarahkan dakwah tidak hanya untuk menyampaikan pesan agama secara ritual (ritual communication), tetapi untuk mengubah sikap, perilaku, dan pemahaman moral masyarakat secara mendalam melalui pesan yang relevan dengan konteks zaman. Dalam konteks Islam, dakwah transformatif ini selaras dengan konsep islah – memperbaiki diri dan masyarakat menuju kebaikan (*tazkiyah al-nafs wa al-mujtama'*) – sebagaimana Al-Qur'an dan Hadis mendorong perubahan dari kebiasaan buruk menuju akhlak mulia. Transformational da'wah strategy menekankan meaningful communication yang mengajak mad'u untuk berpikir dan mengalami perubahan internal, bukan hanya menerima informasi secara pasif.⁹⁹

⁹⁹ Muhammad Nurul Hidayatul Ummah, *Pemanfaatan Sosial Media dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital*, Jurnal Manajemen Dakwah, Vol. 11, No. 1, 2023.

Dalam era konvergensi media, KH. Anwar Zahid merupakan contoh praktisi yang berhasil menerapkan strategi dakwah transformatif melalui Digital Convergence – integrasi media tradisional dan media digital. KH. Anwar Zahid yang dikenal luas melalui Anza Channel di YouTube memanfaatkan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Kontennya dirancang tidak hanya sebagai ceramah agama biasa, tetapi sebagai engaging storytelling yang memadukan humor, refleksi nilai Islam, dan pembahasan isu kehidupan sehari-hari sehingga pesan dakwah mendorong perubahan sikap dan tindakan nyata para penonton.¹⁰⁰

KH. Anwar Zahid membangun keterlibatan audiens (*audience engagement*) dengan teknik komunikasi yang dialogis (*interactive communication*), baik secara verbal maupun non-verbal, melalui komentar, tanya-jawab, dan bahasa yang mudah dipahami. Pendekatan ini membuat dakwahnya tidak terasa kaku, tetapi mengundang partisipasi aktif dari jamaah digital, sehingga pesan dakwah menjadi bagian

¹⁰⁰ M. Alfaynanur Rifqi, *Pemanfaatan Channel YouTube sebagai Media Dakwah (Studi pada Anza Channel KH. Anwar Zahid)*, Busyro: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam

dari proses internalisasi nilai keislaman dalam kehidupan mereka. Strategi semacam ini mencerminkan *transformative learning*, yakni proses pembelajaran yang mengubah perspektif seseorang melalui refleksi dan keterlibatan aktif dalam pesan dakwah.¹⁰¹

Sebagai contoh nyata di tahun 2025, KH. Anwar Zahid pernah menanggapi fenomena sosial ketika kontennya viral karena kritik terhadap sebuah acara televisi yang dinilai merendahkan martabat ulama dan pesantren. Dalam ceramahnya yang diunggah di YouTube, beliau tidak hanya mengkritik media secara emosional tetapi mengajak umat untuk memahami pentingnya menghormati institusi keagamaan, memperkuat solidaritas umat, dan mengedepankan dialog yang santun (*civil discourse*). Pendekatan ini menunjukkan bagaimana dakwah *transformative* mampu memengaruhi cara berpikir umat dalam menyikapi fenomena sosial kontemporer melalui media digital.⁴

Dengan demikian, strategi dakwah *transformativ* di era konvergensi media seperti yang

¹⁰¹ Mubasit, *Interactive Da'wah Communication of KH. Anwar Zahid on YouTube*, MUHARRIK: Jurnal Dakwah dan Sosial

dilakukan KH. Anwar Zahid menunjukkan bahwa dakwah Islam dapat menjadi kekuatan perubahan (agent of change) dalam kehidupan masyarakat. Dakwah tidak lagi tunggal pada penyampaian hukum agama, tetapi berkembang menjadi komunikasi nilai yang mengajak mad'u mengalami perubahan positif pada spiritual, moral, dan sosial mereka melalui media digital yang relevan dan kontekstual. Pendekatan ini sesuai dengan ajaran Islam yang menghendaki perubahan menuju kebaikan (al-khair) secara menyeluruh dan berkelanjutan.⁵

E. Strategi Dakwah Humanis dan Inklusif

Dakwah merupakan jantung dari ajaran Islam. Secara teologis, dakwah adalah upaya mengajak manusia menuju jalan Allah dengan hikmah, nasihat yang baik, dan dialog yang santun sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an (QS. An-Nahl: 125). Namun, perubahan zaman menuntut perubahan strategi. Di era konvergensi media (media convergence), dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau majelis taklim konvensional, melainkan menyatu dengan berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast. Dalam

konteks inilah strategi dakwah humanis dan inklusif menjadi sangat relevan.

Dakwah humanis adalah pendekatan dakwah yang menempatkan manusia sebagai subjek utama dengan segala kompleksitas sosial, psikologis, dan kulturalnya. Pendekatan ini sejalan dengan konsep human-centered approach, yaitu strategi komunikasi yang berfokus pada empati, pengalaman audiens, dan penghargaan terhadap martabat manusia. Dakwah tidak disampaikan dengan nada menghakimi (*judgmental*), melainkan merangkul dan membimbing secara bertahap.

Sementara itu, dakwah inklusif menekankan keterbukaan terhadap perbedaan latar belakang mad'u, baik dari segi tingkat religiusitas, budaya, usia, maupun kelas sosial. Prinsip inklusivitas ini sejalan dengan nilai Islam sebagai rahmatan lil 'alamin. Dalam istilah akademik, pendekatan ini dapat disebut sebagai inclusive religious communication, yaitu komunikasi keagamaan yang menghindari eksklusivisme dan polarisasi.

Konvergensi media adalah proses menyatunya berbagai bentuk media (teks, audio, visual) dalam satu ekosistem digital yang saling terhubung (digital ecosystem). Dalam era ini, audiens dakwah tidak lagi

pasif, tetapi aktif berinteraksi melalui komentar, like, share, dan remix konten. Fenomena ini dikenal sebagai *participatory culture*.

Tantangan dakwah di era ini antara lain adalah derasnya arus informasi, munculnya konten keagamaan yang ekstrem, serta menurunnya minat generasi muda terhadap ceramah yang kaku dan normatif. Oleh karena itu, dai dituntut memiliki media literacy dan kemampuan *strategic communication* agar pesan dakwah tetap relevan dan efektif.

Gus Iqdam sebagai Studi Kasus Dakwah Humanis

Gus Iqdam (KH. Iqdam Kholid) merupakan salah satu figur dai muda yang berhasil menerapkan strategi dakwah humanis dan inklusif di era konvergensi media. Dakwah beliau dikenal luas melalui majelis Sabilu Taubah yang dihadiri ribuan jamaah, khususnya anak muda, serta tersebar luas melalui media sosial.

Salah satu ciri utama dakwah Gus Iqdam adalah penggunaan bahasa sehari-hari yang sederhana, humoris, dan kontekstual. Pendekatan ini mencerminkan konsep *contextual preaching*, yaitu penyampaian pesan agama yang disesuaikan dengan realitas sosial audiens. Gus Iqdam tidak segan membahas tema-tema kehidupan nyata seperti

kegagalan, dosa, cinta, dan kegelisahan hidup, lalu mengaitkannya dengan nilai-nilai Islam secara solutif.

Dalam dakwahnya, Gus Iqdam menampilkan empati yang kuat terhadap jamaah. Ia sering menegaskan bahwa setiap manusia memiliki masa lalu dan tidak ada yang berhak merasa paling suci. Sikap ini sejalan dengan prinsip *empathic communication*, yaitu kemampuan memahami emosi dan perspektif audiens. Dengan strategi ini, jamaah merasa diterima, bukan dihakimi.

Pendekatan *non-judgmental* ini sangat penting dalam konteks masyarakat urban dan generasi muda yang sering merasa teralienasi dari institusi keagamaan. Gus Iqdam menghadirkan Islam sebagai agama harapan (*religion of hope*), bukan agama ketakutan semata.

Dakwah Gus Iqdam juga bersifat inklusif karena merangkul kelompok yang sering merasa jauh dari agama, seperti mantan preman, anak jalanan, dan mereka yang merasa “belum pantas” datang ke pengajian. Dalam perspektif sosiologi agama, pendekatan ini disebut *social inclusion strategy*, yaitu upaya memasukkan kelompok marginal ke dalam ruang keagamaan tanpa stigma.

Beliau menekankan bahwa hidayah adalah hak prerogatif Allah, sedangkan tugas manusia hanyalah menyampaikan dan mendoakan. Prinsip ini mencerminkan etika dakwah Islam yang mengedepankan kasih sayang (rahmah) dibanding pemaksaan.

Dalam era konvergensi media, ceramah Gus Iqdam tidak hanya berlangsung secara luring, tetapi juga didistribusikan secara daring melalui berbagai platform. Potongan ceramah yang singkat dan menyentuh emosional (emotional appeal) sangat efektif dalam menarik perhatian audiens digital. Strategi ini dikenal sebagai content fragmentation, yaitu memecah konten panjang menjadi bagian pendek yang mudah dikonsumsi.

Interaksi aktif jamaah di kolom komentar menunjukkan keberhasilan pendekatan two-way communication, di mana dakwah tidak lagi bersifat monolog, tetapi dialogis.

Strategi dakwah humanis dan inklusif di era konvergensi media merupakan kebutuhan mendesak agar Islam tetap hadir sebagai solusi kehidupan. Studi kasus Gus Iqdam menunjukkan bahwa dakwah yang lembut, empatik, kontekstual, dan adaptif terhadap media digital mampu menjangkau audiens yang lebih

luas tanpa kehilangan substansi ajaran Islam. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dan pendekatan komunikasi modern, dakwah dapat menjadi sarana transformasi spiritual dan sosial yang efektif.

F. Strategi Dakwah Berbasis Komunitas

Dakwah dalam Islam bukan sekadar menyampaikan ajaran normatif, tetapi juga menghadirkan nilai rahmat, keadilan, dan kepedulian sosial di tengah realitas masyarakat. Dalam Al-Qur'an, Allah memerintahkan umat Islam untuk berdakwah dengan hikmah dan kebijaksanaan (QS. An-Nahl: 125). Ayat ini menegaskan bahwa metode dakwah harus disesuaikan dengan kondisi sosial mad'u. Di era konvergensi media (*media convergence*), strategi dakwah semakin kompleks karena melibatkan ruang fisik dan digital sekaligus. Salah satu pendekatan yang relevan adalah strategi dakwah berbasis komunitas (*community-based strategy*).

Strategi berbasis komunitas adalah pendekatan dakwah yang menempatkan komunitas tertentu sebagai fokus utama, dengan memahami struktur sosial, budaya, dan persoalan khas yang mereka hadapi. Dalam kajian komunikasi, pendekatan ini

dikenal sebagai *community-based approach*, yaitu strategi yang dibangun dari kedekatan, kepercayaan, dan partisipasi aktif komunitas sasaran.

Dalam perspektif Islam, pendekatan ini selaras dengan praktik Rasulullah SAW yang berdakwah secara bertahap sesuai kondisi masyarakat, baik kepada kaum Quraisy, budak, pedagang, maupun kelompok marginal. Dakwah tidak dilakukan secara seragam, tetapi kontekstual (*contextual da'wah*), memperhatikan latar belakang sosial dan psikologis mad'u.

Komunitas marginal, seperti pekerja seks komersial (PSK), sering kali mengalami stigma sosial dan keagamaan. Mereka kerap diposisikan sebagai "objek dosa" tanpa diberi ruang untuk proses perubahan. Padahal dalam Islam, setiap manusia memiliki potensi taubat dan kemuliaan sebagai makhluk Allah. Tantangan utama dakwah di komunitas ini adalah membangun kepercayaan (*trust building*) dan menghilangkan rasa takut dihakimi.

Di sinilah pentingnya pendekatan non-judgmental communication, yaitu komunikasi yang tidak menghakimi, tidak menyalahkan, dan tidak merendahkan martabat manusia. Dakwah yang keras

dan penuh vonis justru berpotensi menutup pintu hidayah.

Gus Miftah (KH. Maulana Habiburrahman) dikenal luas sebagai dai yang berdakwah di komunitas PSK kawasan Sarkem (Pasar Kembang), Yogyakarta. Dakwah beliau menjadi contoh nyata strategi berbasis komunitas yang humanis dan transformatif. Alih-alih menunggu jamaah datang ke masjid, Gus Miftah justru “menjemput” mad’u di ruang hidup mereka.

Pendekatan ini mencerminkan konsep outreach-based da’wah, yaitu dakwah yang aktif mendatangi komunitas sasaran. Gus Miftah hadir bukan sebagai hakim moral, melainkan sebagai sahabat spiritual. Ia memulai dakwah dengan membangun relasi kemanusiaan, seperti berbincang santai, mendengarkan keluh kesah, dan menunjukkan empati.

Strategi utama Gus Miftah adalah *humanization approach*, yakni memanusiaikan manusia sebelum mengajak pada perubahan perilaku. Beliau menegaskan bahwa para PSK adalah manusia yang memiliki hati, iman, dan harapan, meskipun hidup dalam kondisi yang kompleks. Dalam banyak kesempatan, Gus Miftah menyampaikan bahwa Allah tidak pernah membenci hamba-Nya, yang dibenci adalah perbuatannya.

Pendekatan ini sejalan dengan konsep *empathic engagement*, yaitu keterlibatan emosional yang dilandasi empati. Dengan cara ini, dakwah menjadi ruang aman (*safe space*) bagi komunitas PSK untuk mendekat kepada nilai-nilai Islam tanpa rasa tertekan.

Dakwah berbasis komunitas tidak hanya berorientasi pada perubahan individu, tetapi juga transformasi sosial (*social transformation*). Gus Miftah tidak menuntut perubahan instan, melainkan mendorong proses kesadaran bertahap (*gradual change*). Pengajian yang dilakukan di Sarkem sering diisi dengan doa, dzikir, dan nasihat ringan tentang kasih sayang Allah.

Dalam perspektif Islam, pendekatan bertahap ini sesuai dengan konsep *tadarruj fi at-tasyri'*, yaitu penerapan ajaran secara gradual. Strategi ini lebih efektif dibanding pendekatan koersif yang menuntut perubahan cepat tanpa mempertimbangkan kondisi psikologis dan ekonomi mad'u.

Dakwah Gus Miftah di Sarkem tidak hanya berdampak lokal, tetapi juga menyebar luas melalui media digital. Video ceramah dan aktivitas dakwahnya banyak dibagikan di YouTube dan media sosial, sehingga membentuk *networked public sphere*, yaitu ruang publik digital yang saling terhubung. Hal ini

menunjukkan bahwa dakwah berbasis komunitas dapat diperkuat melalui digital amplification.

Namun, Gus Miftah tetap menekankan bahwa media hanyalah sarana, bukan tujuan. Substansi dakwah tetap pada kehadiran langsung, keteladanan, dan konsistensi. Media berfungsi sebagai alat edukasi publik agar masyarakat memahami bahwa Islam adalah agama yang penuh kasih sayang.

Studi kasus Gus Miftah menunjukkan bahwa strategi berbasis komunitas mampu menghadirkan Islam sebagai rahmatan lil 'alamin. Dakwah tidak lagi dipahami sebagai aktivitas menghakimi, melainkan proses menemani dan membimbing. Dalam konteks ini, dakwah berfungsi sebagai social healing process, yaitu proses penyembuhan sosial dan spiritual.

Pendekatan ini juga menjadi kritik terhadap dakwah yang terlalu elitis dan eksklusif. Dengan turun langsung ke komunitas marginal, dakwah Islam membuktikan keberpihakannya pada nilai keadilan dan kemanusiaan.

Strategi dakwah berbasis komunitas di era konvergensi media merupakan pendekatan yang relevan dan efektif untuk menjangkau kelompok marginal. Studi kasus Gus Miftah di Sarkem Yogyakarta menunjukkan bahwa dakwah yang

humanis, empatik, dan kontekstual mampu membuka pintu hidayah tanpa paksaan. Dengan mengintegrasikan pendekatan komunitas dan pemanfaatan media digital, dakwah Islam dapat menjadi kekuatan transformasi sosial yang membawa harapan dan perubahan nyata.

BAB V

KONSEP MODERASI BERAGAMA DALAM DAKWAH

A. Pengertian dan Batasan Moderasi

Kata moderasi berasal dari Bahasa Latin *moderatio*, yang berarti *kesedangan (tidak kelebihan dan tidak kekurangan)*. Kata itu juga berarti penguasaan diri (dari sikap sangat kelebihan dan kekurangan).¹⁰² Dalam Mu'jam Maqayis, Ibnu Faris mengatakan bahwa yang dimaksud dengan moderat adalah sesuatu yang menunjukkan keadilan dan jalan tengah.¹⁰³ Secara umum, moderat berarti mengedepankan keseimbangan dalam hal keyakinan, moral, dan karakter, baik ketika memperlakukan orang lain

¹⁰² John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia: An English-Indonesian Dictionary* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2009) Cet. 29, 384

¹⁰³ Ahmad Ibnu Faris, *Mu'jam Maqayis al-Lughah* (Beirut: Dar al-Fikr, 1979),108

sebagai individu, maupun ketika berhadapan dengan lembaga negara. Sedangkan dalam bahasa Arab, moderasi dikenal dengan *wasath* atau *wasathiyah* yang memiliki padanan makna dengan kata *tawassuth* (tengah), *i'tidal* (adil), dan *tawazun* (seimbang).¹⁰⁴

Orang yang menerapkan prinsip wasathiyah bisa disebut wasith (moderat). Dalam bahasa Arab pun, kata *wasathiyah* diartikan sebagai “pilihan yang terbaik”. Apapun kata yang digunakan, semuanya menyiratkan makna yang sama, yaitu keadilan, yang dalam konteks ini berarti memilih jalan tengah di antara berbagai pilihan ekstrem.¹⁰⁵

Menurut para ahli bahasa Arab, kata *wasath* juga berarti “segala sesuatu yang baik menurut tujuannya”. Misalnya, kata “*dermawan*” yang berarti sikap antara pelit dan boros, atau kata “berani” yang berarti sikap antara pengecut (*al-jubn*) dan sembrono (*tahawur*), dan masih banyak lagi contoh lain dalam bahasa Arab.

¹⁰⁴ Harin Hiqmatunnisa dan Ashif Az-Zafi, “Penerapan Nilai-nilai Moderasi Islam dalam Pembelajaran Fiqih di PTKIN menggunakan Konsep Problem Based Learn”, *Jurnal JIPIS*, Vol.29, No. 1 (April 2020), 29

¹⁰⁵ Kementerian Agama RI, *Moderasi Beragama* (Jakarta: Badan Litbang dan Diklat kementerian agama RI, 2019).15

Kebalikan dari moderasi adalah berlebihan, atau *tatharruf* dalam bahasa Arab, yang berarti *ekstrem, radikal, dan berlebihan* dalam bahasa Inggris. Kata *ekstrem* juga bisa berarti "melangkah terlalu jauh, pergi dari ujung ke ujung, berbalik, mengambil tindakan/jalan yang berlawanan".¹⁰⁶

Dalam bahasa Arab, setidaknya ada dua kata yang memiliki arti yang sama dengan kata *ekstrem*, yaitu *al-guluw*, dan *tasyaddud*. Meskipun kata *tasyaddud* tidak disebutkan secara harfiah dalam Al-Qur'an, namun turunannya dapat ditemukan dalam bentuk kata lain, misalnya kata *syadid, syidad, dan ashadd*. Ketiga kata tersebut hanya sebatas merujuk pada kata dasar yang artinya keras dan tegas, tidak ada satupun yang dapat diartikan sebagai terjemahan *ekstrem* atau *tasyaddud*. Dalam konteks agama, pengertian "*berlebihan*" dapat diterapkan untuk menyebut orang yang memiliki sikap *ekstrem*, dan melampaui batas dan ketentuan hukum agama. Dalam analogi, moderasi seperti gerakan dari tepi yang selalu cenderung ke arah pusat atau poros (*sentripetal*),

¹⁰⁶ Ibid, 16

sedangkan ekstremisme adalah gerakan kebalikan dari pusat atau poros, ke arah luar dan ekstrem (*sentrifugal*).

B. Prinsip Dasar Moderasi Beragama

Salah satu prinsip dasar moderasi beragama adalah selalu menjaga keseimbangan antara dua hal, misalnya keseimbangan antara jasmani dan rohani, antara hak dan kewajiban, antara kepentingan individu dan kemaslahatan bersama, antara kebutuhan dan kesukarelaan, antara teks agama dan ijtihad tokoh-tokoh agama, antara gagasan ideal dan kenyataan, serta keseimbangan antara masa lalu dan masa depan.¹⁰⁷ Dengan demikian, esensi moderasi beragama adalah adil dan seimbang dalam memandang, menyikapi, dan mengamalkan semua konsep yang disandingkan di atas.

Kata "*wasit*" yang merujuk pada seseorang yang memimpin suatu pertandingan, dapat diartikan dalam pengertian ini, yaitu seseorang yang tidak memihak, melainkan berpihak pada kebenaran.¹⁰⁸ Prinsip kedua,

¹⁰⁷ Kementerian Agama RI, *Moderasi Beragama* (Jakarta : Badan Litbang dan Diklat kementerian agama RI, 2019), 19

¹⁰⁸ Muhamad Nur, "Problem Terminologi Moderat dan Puritan

keseimbangan, adalah istilah untuk menggambarkan cara pandang, sikap, dan komitmen untuk selalu berpihak pada keadilan, kemanusiaan, dan kesetaraan. Kecenderungan untuk seimbang bukan berarti tidak memiliki pendapat. Mereka yang memiliki sikap seimbang itu tegas, tetapi tidak keras karena selalu berpihak pada keadilan, hanya saja keberpihakan mereka tidak merampas hak orang lain yang merugikan. Keseimbangan dapat dianggap sebagai bentuk perspektif untuk melakukan sesuatu secara moderat, tidak terlalu banyak atau terlalu sedikit, tidak konservatif maupun liberal.

Mohammad Hashim Kamali menjelaskan bahwa prinsip *keseimbangan* dan *keadilan* dalam konsep moderasi (*wasathiyah*) artinya dalam beragama, seseorang tidak boleh ekstrem dalam pandangannya, tetapi harus selalu mencari titik temu.¹⁰⁹ Bagi Kamali, *wasathiyah* merupakan aspek penting Islam yang sering dilupakan oleh

dalam Pemikiran Khaled Abou ElFadl", *Jurnal Studi Agama dan Pemikiran Islam*, Vol.11, No. 1 (Maret 2013), 27

¹⁰⁹ Kamali, Mohammad Hashim, "The Wasathiyah (Moderation) Concept in Islamic Epistemology: A Case Study of Its Implementation in Malaysia", *International Journals of Humanities and Social Science*, no. 9 (2015): 154

para pengikutnya, padahal wasathiyah merupakan inti ajaran Islam. Moderasi tidak hanya diajarkan oleh Islam, tetapi juga agama lain. Lebih lanjut, moderasi adalah perilaku yang mendorong terciptanya keserasian dan keseimbangan sosial dalam kehidupan pribadi, keluarga, dan masyarakat hingga hubungan antar manusia yang lebih luas. Kedua nilai ini, keadilan dan keseimbangan, akan lebih mudah terbentuk jika seseorang memiliki tiga karakter utama dalam dirinya: kebijaksanaan, ketulusan (*purity*), dan keberanian (*courage*).¹¹⁰

Moderasi beragama menuntut umat beragama untuk tidak mengurung diri, tidak *eksklusif* (tertutup), tetapi *inklusif* (terbuka), menyatu, beradaptasi, bergaul dengan berbagai komunitas, dan selalu belajar selain memberikan pelajaran. Dengan demikian, moderasi beragama akan mendorong setiap umat beragama untuk tidak bersikap ekstrem dan berlebihan dalam menyikapi keragaman, termasuk keragaman agama dan penafsiran

¹¹⁰ Ibid 154

agama, tetapi selalu bersikap adil dan seimbang agar dapat hidup dalam kesepakatan bersama.¹¹¹

Dalam konteks kenegaraan, prinsip moderasi ini pula yang pada masa awal kemerdekaan dapat menyatukan tokoh-tokoh kemerdekaan yang memiliki beragam isi, berbagai kepentingan politik, serta beragam agama dan kepercayaan. Semuanya bergerak menuju tengah mencari titik temu untuk bersama-sama menerima bentuk Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) sebagai kesepakatan bersama. Kesiapan menerima Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagai bentuk akhir kenegaraan dapat dikategorikan sebagai sikap toleran untuk menerima konsep negara bangsa.¹¹²

Cendekiawan Muslim, Ismail Raji al-Faruqi, menguraikan makna keseimbangan (*tawazun*) atau "jalan emas" sebagai sikap menghindari dua ekstrem yang tidak menguntungkan, sambil berusaha mencari titik

¹¹¹ Kamali, Mohammad Hashim. *The Middle Path of Moderation is Islam: The Quranic Principle of Wasatiyyah*, Oxford: Oxford University Press: Oxford University Press, 2015

¹¹² Kementerian Agama RI, *Moderasi Beragama* (Jakarta : Badan Litbang dan Diklat kementerian agama RI, 2019), 20

temu untuk menggabungkannya. Sikap yang seimbang berarti menghindari keegoisan mutlak di satu sisi, dan keegoisan mutlak di sisi lain; mengejar kebahagiaan pribadi di satu sisi, dan mempertahankan kebahagiaan bersama di sisi lain. dan seterusnya, selalu mengambil jalan tengah yang seimbang.¹¹³

C. Moderasi Beragama di antara Ekstrem Kiri dan Ekstrem Kanan

Dalam konteks moderasi beragama, pandangan keagamaan yang hitam putih dalam memahami teks-teks keagamaan juga sering terjebak pada sisi ekstrem lain yang merasa dirinya paling benar. Dalam konteks agama, pandangan, sikap, dan perilaku ekstrem seperti ini akan mendorong pemeluknya untuk menolak menerima pandangan orang lain, dan bersikeras pada interpretasi kebenarannya sendiri. Dari sinilah muncul istilah "garis keras", ekstrem atau ekstremisme, yang dikaitkan dengan praktik keagamaan *ultra-konservatif*.

¹¹³ Kamali, Mohammad Hashim, *"The Wasathiyah (Moderation) Concept in Islamic Epistemology: A Case Study of Its Implementation in Malaysia"*, International Journals of Humanities and Social Science, no. 9 (2015): 154

Salah satu ciri awal konservatisme seseorang dalam beragama adalah ia memiliki pandangan, sikap, dan perilaku yang fanatik terhadap satu tafsir agama saja, sambil menolak pandangan lain yang berbeda, meskipun ia menyadari adanya pandangan tersebut.¹¹⁴

Lebih dari sekedar menolak, seorang *ultrakonservatif* justru akan lebih jauh mengkritik dan berusaha menghilangkan keberadaan perbedaan pandangan orang lain. Baginya, cara pandang hitam putih tentang agama lebih memberikan keyakinan ketimbang menerima keragaman tafsir yang dianggap menimbulkan ketidakpastian. Itu sebabnya, meski minoritas, *ultrakonservatif* ekstrem umumnya lebih lantang dan lebih mampu menarik perhatian publik, ketimbang moderat yang cenderung diam dan reflektif.

Kemenangan kaum ekstremis bukan karena jumlah mereka yang besar, tetapi karena mayoritas kaum moderat diam. Secara konseptual, pandangan, sikap, dan praktik keagamaan *ultrakonservatif* seringkali muncul

¹¹⁴ Kementerian Agama RI, *Moderasi Beragama* (Jakarta : Badan Litbang dan Diklat kementerian agama RI, 2019), 21

dari perspektif *teosentris* yang ekstrem dalam beragama, dan mengabaikan dimensi *antroposentrisme*. Pandangan *teosentris* mengindoktrinasi penganutnya untuk memaknai ibadah sebagai upaya “menyenangkan” Tuhan, melalui sejumlah ritual ibadah, dalam arti sempit. Imajinasi “demi membela Tuhan” yang tertanam dalam cara berpikir mereka, membuat kelompok ini memaknai ibadah dan agama hanya dalam perspektif “memuaskan keinginan Tuhan” dengan mengabaikan nilai dan fungsi agama bagi kemanusiaan.¹¹⁵

Ada banyak alasan mengapa orang-orang maupun kelompok menyebarkan ideologi ekstrem dalam beragama. Mereka mengklaim bahwa tindakan mereka adalah untuk mengajak kebaikan dan mencegah kejahatan, atau *amar ma'ruf nahi munkar*; mereka juga mengakui bahwa mereka sedang meluruskan keyakinan, sikap, dan perilaku agama yang mereka anggap sesat; sebagian menjadi bagian dari kelompok ekstrem sebagai perlawanan terhadap suatu

¹¹⁵ Masdar Hilmy, “*Antroposentrisme Religius*”, Kompas 4/7/2018).

kepemimpinan negara yang mereka anggap tidak adil dan melanggar ajaran agama (*thogut*), dan sebagian lagi karena merasa terancam oleh pemekaran pihak lain (*the others*), termasuk merasa terancam dengan munculnya kelompok yang dianggap ekstrem.

Ekstremisme dan kekerasan tentu bukan bagian dari esensi ajaran agama manapun. Itulah sebabnya ideologi ekstrem tidak akan pernah mampu mempengaruhi umat beragama di mayoritas, karena hakikat agama yang sebenarnya adalah menjaga harkat dan martabat manusia, yang nilai-nilainya niscaya diterima oleh masyarakat biasa. Mereka yang mengkampanyekan pandangan dan ideologi ekstrem dalam agama biasanya berkelompok dalam kelompok kecil, menghindari debat atau diskusi rasional, dan lebih cenderung memilih gerakan dan tindakan radikal.¹¹⁶ Hal yang membuat kelompok ekstremis radikal tampak lebih besar dari yang sebenarnya adalah karena suara dan pandangan agama mereka 'berisik' di ruang publik, seringkali mencari perhatian

¹¹⁶ Kementerian Agama RI, *Moderasi Beragama* (Jakarta : Badan Litbang dan Diklat kementerian agama RI, 2019), 48

dengan melakukan tindakan di luar kebiasaan, yang bertujuan juga untuk mendapatkan simpati. Dulu, dengan strategi ini, kelompok ini mungkin berhasil membuat orang takut dan cemas, tetapi pada akhirnya tidak pernah berhasil. Dakwah Nabi sendiri dilakukan dengan cinta.¹¹⁷

Untuk mencegahnya, konsolidasi kelompok agama moderat harus dibina; egoisme kelompok harus dihindari, demi kerukunan yang lebih besar, dan agar ekstremisme agama tidak berkembang lebih jauh. Dalam konteks tatanan sosial politik Indonesia, selama hampir dua dekade, ekstremisme agama menjadi perhatian semua pihak, tidak hanya di Indonesia tetapi telah menjadi fenomena global. Kekerasan atas nama agama yang terjadi di sejumlah negara telah menimbulkan ketegangan bagi semua kelompok, yang sampai batas tertentu menimbulkan gejala saling curiga terhadap kelompok agama tertentu sebagai sumber kekerasan. Fenomena ekstremisme juga menjadi pengalaman pahit bagi Indonesia. Sejumlah aksi terorisme bahkan telah merenggut ratusan

¹¹⁷ Ibid, 49

nyawa tak berdosa. Ekstremisme agama yang disertai dengan kekerasan memberikan gambaran suram tentang pesan agama yang damai kepada alam semesta. Hal ini juga sangat memprihatinkan jika dilihat dalam bingkai kebangsaan.¹¹⁸

Dengan demikian, dengan memperhatikan dampak buruk dari ekstremisme, baik ekstrem kiri maupun ekstrem kanan, visi moderasi beragama yang secara konseptual telah didefinisikan di atas menjadi sebuah keniscayaan. Dalam konteks berbangsa dan bernegara, visi moderasi beragama juga sangat diperlukan, karena sebagaimana telah dikemukakan, salah satu indikator moderasi beragama adalah adanya komitmen kebangsaan, tidak secara ekstrem memaksa satu agama menjadi ideologi negara.¹¹⁹

¹¹⁸ Kementerian Agama RI, *Moderasi Beragama* (Jakarta : Badan Litbang dan Diklat kementerian agama RI, 2019), 50

¹¹⁹ Ibid, 51

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013
- Abu Al-Fath Al Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2021).
- Abu Hamid al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum al-Din*, Juz II (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 2024).
- Abu Ja'far Muhammad bin Jarir al-Tabari, *Jami' al-Bayan 'an Ta'wil Ay al-Qur'an*, Juz IV (Beirut: Dar al-Fikr, 2001).
- Ahmad Ibnu Faris, *Mu'jam Maqayis al-Lughah* (Beirut: Dar al-Fikr, 1979)
- Ahmad Tafsir, *Filsafat Ilmu*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2017).
- Al-Qur'an al-Karim, Surah Ali Imran [3]: 110.
- Al-Qur'an Kemenag Surat An-Nahl Ayat 125
- Al-Qur'an Kemenag, Surat Ali-Imron Ayat 110
- Amrullah Achmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta: Prima Duta, 1993.
- Amrullah Achmad, *Kerangka Dasar Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga Press, 1995.
- Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013.
- Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).
- Asep Saepul Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*,

- (Surabaya, Al-Ikhlash, 1983)
- Athik Hidayatul Ummah, *Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)*, Volume 18, No. 1, Juni 2020.
- Awaluddin Pimay, *Metodologi Dakwah*, (Semarang: Rasail, 2006).
- Bayu Adi Isnanto, "Pengertian weaknes, cara mengenali dan mengatasi"
<https://www.detik.com/bali/bisnis/d-6412953/weakness-adalah-cara-mengenali-dan-mengatasi> (akses 11 Desember 2024)
- Charis Zubair, *Epistemologi dan Aksiologi Dakwah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Depag RI, 2005, QS. Al-Isra'.
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka Depdikbud, 1990).
- Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infak, dan Sedekah*, (Jakarta: GemaInsani, 2008).
- Enjang AS, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung.: Widya Padjajaran, 2009)
- Fakhruddin ar-Razi, *Mafatih al-Ghaib (Tafsir al-Kabir)*, Juz VIII (Beirut: Dar Ihya' al-Turats al-'Arabi, t.t.)
- Gerlach dan Ely, *Teaching and Media: A Systematic Approach*, 1971. Second Edition, by V.S. Gerlach & D.P. Ely, 1980, Boston, MA: Allyn and Bacon. Copyright 1980 by Pearson Education.
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000)
- Hamka, *Sejarah Umat Islam*, Jilid I (Jakarta: Bulan Bintang, 2001), h. 45

- Harin Hiqmatunnisa dan Ashif Az-Zafi, "Penerapan Nilai-nilai Moderasi Islam dalam Pembelajaran Fiqih di PTKIN menggunakan Konsep Problem Based Learn", *Jurnal JIPIS*, Vol.29, No. 1 (April 2020)
- Ismail bin Umar Ibn Katsir, *Tafsir al-Qur'an al-'Azhim*, Juz II (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2006)
- Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual Dan Kontesktual*, (Yogyakarta: AK Group,2006).
- John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia: An English-Indonesian Dictionary* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2009)
- Jujun S. Suriasumantri, *Filsafat Ilmu: Sebuah Pengantar Populer*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2009.
- Jujun S. Suriasumantri, *Ilmu dalam Perspektif Moral, Sosial dan Politik*, Jakarta: Gramedia, 2007.
- Kamali, Mohammad Hashim, "The Wasathiyah (Moderation) Concept in Islamic Epistemology: A Case Study of Its Implementation in Malaysia", *International Journals of Humanities and Social Science*, no. 9 (2015)
- Kamali, Mohammad Hashim, "The Wasathiyah (Moderation) Concept in Islamic Epistemology: A Case Study of Its Implementation in Malaysia", *International Journals of Humanities and Social Science*, no. 9 (2015)
- Kamali, Mohammad Hashim. *The Middle Path of Moderation is Islam: The Quranic Principle of Wasatiyyah*, Oxford: Oxford University Press: Oxford University Press, 2015
- Kementrian Agama RI, *Moderasi Beragama* (Jakarta : Badan Litbang dan Diklat kementrian agama RI, 2019)

- Koento Wibisana, *Filsafat Ilmu: Ontologi, Epistemologi dan Aksiologi Pengetahuan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Louis O. Kattsoff, *Pengantar Filsafat*, terj. Soejono Soemargono, Yogyakarta: Tiara Wacana, 2004.
- M. Alfaynanur Rifqi, *Pemanfaatan Channel YouTube sebagai Media Dakwah (Studi pada Anza Channel KH. Anwar Zahid)*, Busyro: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam
- M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009)
- M. Berkah Riski Lubis, "Strategi Dakwah Ustaz Ahmad Yazim Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Keislaman Di Desa Jaharun B Kecamatan Galang," *Bashirah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, No. 1 (2023)
- M. Quraish Shihab, *Membedakan Al-Qur'an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 2013)
- M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an*, Bandung: Mizan, 2007
- Masdar Hilmy, "Antroposentrisme Religius", *Kompas* 4/7/2018).
- Masfi Sya'fiatul Ummah, "Stategi Dakwah Antar Budaya," *Sustainability (Switzerland)* 11, No. 1 (2019)
- Masfi Sya'fiatul Ummah, *Ilmu Dakwah, Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, 2019.
- Moh. Ali Aziz, *Edisi Revisi Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2015).
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Ed: Revisi), (Jakarta, Kencana, 2004)
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Cet. ke-4 (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2016)
- Mualif, "manajemen strategi: pengertian proses dan

tujuan” <https://an-nur.ac.id/blog/manajemen-strategi-pengertian-proses-dan-tujuan.html#Analisis Lingkungan Internal> (akses 11 Desember 2024)

- Mubasit, *Interactive Da'wah Communication of KH. Anwar Zahid on YouTube*, MUHARRIK: Jurnal Dakwah dan Sosial
- Muhamad Nur, “Problem Terminologi Moderat dan Puritan dalam Pemikiran Khaled Abou ElFadl”, *Jurnal Studi Agama dan Pemikiran Islam*, Vol.11, No. 1 (Maret 2013).
- Muhammad ‘Abid Al-Jabiri, *Bunyah al-‘Aql al-‘Arabi*, Beirut: Markaz Dirasat al-Wahdah al-‘Arabiyyah, 1993.
- Muhammad Abduh, *Risalah Tauhid*, terj. Firdaus A.N. (Jakarta: Bulan Bintang, 1996).
- Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Shahih al-Bukhari*, Juz I (Beirut: Dar al-Fikr, t.t.), h. 23; lihat juga Jalaluddin al-Suyuthi, *Al-Itqan fi ‘Ulum al-Qur’an* (Beirut: Dar al-Fikr, 2008).
- Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Shahih al-Bukhari*, Juz IV (Beirut: Dar al-Fikr, t.t.).
- Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana, 2010).
- Muhammad Nurul Hidayatul Ummah, *Pemanfaatan Sosial Media dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital*, *Jurnal Manajemen Dakwah*, Vol. 11, No. 1, 2023.
- Muslim bin al-Hajjaj, *Shahih Muslim*, Juz I (Beirut: Dar Ihya’ al-Turats al-‘Arabi, t.t.).
- N Azis, *Strategi Dakwah Majelis Ulama Indonesia Kota Tangerang Selatan Dalam Menanamkan Nilai-Nilai*

- Keilaman Remaja Masjid Ciputat Timur, Repository.Uinjkt.Ac.Id, 2023.
- Najamuddin, "Strategi Dakwah Dan Faktor Pengaruh", Tasamuh: Jurnal Studi Islam Volume 12, Nomor 1, (2020).
- Ni Luh Putu Agustini Karta I Made Hedy Wartana Gunawan Wibisono and Ni Made Christine Dwiyantri, *Manajemen Strategik Konsep Dan Implementasi*, 2023.
- Nisa Amelia, pendekatan strategi dan metode efektif dalam dakwah, <https://www.kompasiana.com/nisaamelia3391/668506ceed64155ffc4c18e2/Pendekatan-Strategi-Dan-Metode-Efektif-Dalam-Dakwah> (akses 11 Desember 2024)
- Paul Freedman, *The Principles of Knowledge*, New York: McGraw-Hill Book Company, 1981.
- QS. al Fussilat, 41:33.
- QS. Ali Imron, 3:104.
- QS. Al-Maidah, 5:78-79.
- QS. An-Nahl,16:125.
- Rachmat Djatnika, *Sistem Ethika Islam Akhlak Mulia*, (Jakarta: Pustaka Indonesia, 1996).
- Ridla, Afif Rifa'i, dan Suisyanto, *Filsafat Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Press, 2010.
- Rosyda Nur Fauziah "Analisa Swot: pengertian, manfaat, tujuan dan cara penggunaan" https://www.gramedia.com/best-seller/analisa-swot/?srsltid=AfmBOopb5SR7O_B8HfOKE9ElnEXvk7KVoRYAdxtTgaLOHmzlwOAuJiA0 (akses 13 Desember 2024)

- Rudi Susilana dan Cepi Riyana, *Media Pembelajaran: Hakikat, Pengembangan, Pemanfaatan, dan Penilaian*, (Bandung: CV Wacana Prima, 2009)
- Samsul Munir Amin, "*Ilmu Dakwah*" (Jakarta: Amzah, 2009), 100.
- Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: AMZAH, 2009), hlm. 113
- Samsul Munir Amin, *Sejarah Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2014), hlm. 158
- Siska Sari Nurindah, "Strategi Komunikasi Pimpinan Fatayat Nu Ranting Desa Sambeng Wetan Dalam Membentuk Kader Militan", Uin Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto, (2022)
- Slamet Muhaimin Abda, *Prinsip Prinsip Metodologi Dakwah*, (Surabaya: Al- Ikhlas,1994)
- Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Sonny Keraf dan Mikhael Dua, *Ilmu Pengetahuan: Sebuah Tinjauan Filosofis*, Yogyakarta: Kanisius, 2001.
- Sunarto AS, *Kiai Prostitusi* (Surabaya: Jaudar Press, 2013), 23.
- Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press, 2010.
- The Liang Gie, *Pengantar Filsafat Ilmu*, Yogyakarta: Liberty, 2000.
- Tim Sarjana Fakultas Dakwah se-Jawa, *Rumusan Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga, 1978, hlm. 5.
- Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Wijaya, 1985, hlm. 9–10.
- Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya

- Media Pratama, 1997)
- Wahidin Saputra, *“Pengantar Ilmu Dakwah”* (Jakarta: Rajawali, 2011)
- Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012)
- Wahyu Ilahi, *Dakwah Rahmatan lil ‘Alamin*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016
- Wahyu Ilahi, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Wahyu Ilahi dan Harjani Hefni, *Pengantar Sejarah Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2018
- Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010). hlm. 9.
- Wahyu Ilahi, *Pengantar Sejarah Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015)
- Wardi Bachtiar, *Ilmu Dakwah dan Metodologi*, Jakarta: Logos, 1997.
- Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos
- Wikipedia, *media* Diakses di internet pada tanggal 29 Oktober 2021 dari situs:<https://id.wikipedia.org>

PROFIL PENULIS

Muhammad Hamdan Yuwafik, S.Sos., M.Sos.

Kepala Program Studi (Kaprodi)

Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam

Institut Agama Islam (IAI) Sunan Kalijogo Malang,

Jawa Timur, Indonesia

Muhammad Hamdan Yuwafik, S.Sos., M.Sos. adalah seorang akademisi dan praktisi pendidikan yang saat ini menjabat sebagai Kepala Program Studi (Kaprodi) Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAI Sunan Kalijogo Malang, sebuah perguruan tinggi Islam di Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Beliau meraih gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) serta Magister Sosial (M.Sos.), yang menunjukkan fondasi keilmuan beliau dalam bidang ilmu sosial dengan penekanan pada komunikasi, masyarakat, dan media. Pendidikan ini menjadi dasar kuat yang mendukung kiprahnya dalam mengembangkan program studi yang relevan dengan tantangan era digital, perkembangan dakwah, dan kebutuhan masyarakat.

Sebagai Kaprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Muhammad Hamdan Yuwafik memimpin salah satu program studi bidang dakwah yang strategis di

IAI Sunan Kalijogo. Di bawah kepemimpinannya, prodi ini berupaya menghadirkan kurikulum yang relevan dengan perkembangan zaman, termasuk pemanfaatan media modern, penyiaran Islam, komunikasi dakwah, dan kajian kritis terhadap fenomena komunikasi keagamaan.

Dalam konteks pendidikan tinggi di lingkungan muslim, peran Kaprodi sangat penting dalam merumuskan visi, misi, dan strategi akademik yang mampu mencetak lulusan yang berhimpun di dua ranah utama: teori komunikasi Islam dan praktik media kontemporer (*Islamic communication and contemporary media practice*). Pendekatan ini mencakup pengembangan keterampilan jurnalistik Islam (*Islamic journalism*) dan penyiaran yang etis sesuai syariat, sekaligus responsif terhadap tantangan digital di lingkungan masyarakat muslim.

Sebagai akademisi, beliau aktif dalam dunia penelitian ilmiah, terutama di bidang komunikasi Islam, dakwah, dan media. Beberapa karya tulisnya telah dipublikasikan dalam jurnal akademik terakreditasi, termasuk publikasi di *Muharrrik: Journal of Da'wah Research*, *Al-Ittishol*, *Journal Coommunication*, dll. Karya-karya ini mencerminkan perhatian beliau terhadap isu-isu kontemporer seperti

strategi dakwah di media digital, komunikasi multikultural dan toleransi beragama, serta fenomena media dan dakwah modern.

Dalam beberapa pernyataan publiknya, Muhammad Hamdan Yuwafik menegaskan bahwa pendidikan tinggi, terutama di bidang komunikasi dan penyiaran Islam, harus bersifat inklusif dan berkualitas tinggi, sehingga mampu diakses oleh mahasiswa dari berbagai latar belakang. Beliau melihat pendidikan sebagai fondasi penting dalam pembangunan masyarakat Islam yang moderat, kreatif, dan bertanggung jawab sosial.

Pendekatan ini sejalan dengan tujuan pendidikan Islam untuk tidak hanya menghasilkan lulusan yang memiliki keahlian teknis (*technical skills*) dalam bidang media, tetapi juga pemahaman agama yang mendalam (*religious literacy*) dan integritas moral (*moral integrity*), sehingga mereka mampu menjadi komunikator Islam yang profesional dan beretika dalam berbagai ruang sosial.

Peran dalam Kegiatan Akademik dan Pengabdian

Di luar kegiatan pengajaran dan penelitian, beliau aktif dalam pembimbingan mahasiswa, termasuk dalam menyupervisi skripsi dan kegiatan

akademik lainnya, serta memberikan kontribusi dalam pengabdian masyarakat melalui pendidikan dakwah dan komunikasi yang relevan dengan kebutuhan lokal. Pendekatan ini mencerminkan keterkaitan tridharma perguruan tinggi: pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (*community engagement*).

Sebagai akademisi Muslim, pendekatan beliau dalam memimpin program studi jauh lebih menekankan pada nilai-nilai Islam moderat, pengembangan karakter (*character building*), dan kontribusi positif terhadap masyarakat luas. Hal ini tercermin dalam integrasi nilai-nilai seperti toleransi (*Islamic tolerance*), keterbukaan dialog (*interfaith dialogue*), serta penggunaan media yang bertanggung jawab sesuai prinsip syariah (*ethical media practice*) dalam kurikulum dan kegiatan belajar-mengajar di prodi KPI yang dipimpinnya.

DESKRIPSI BUKU

Buku *Strategi Dakwah: Konsep, Teori, dan Implementasi di Era Konvergensi Media* membahas dakwah Islam sebagai disiplin ilmu (*science of da'wah*) sekaligus praktik sosial yang dinamis dalam menghadapi perubahan zaman.

Pembahasan diawali dengan sejarah lahirnya ilmu dakwah dan kedudukannya dalam paradigma keilmuan Islam, meliputi aspek **ontologi** (*al-wujūd al-'ilmī*), **epistemologi** (*maṣādir al-ma'rifah*), dan **aksiologi** (*al-qiyam wa al-ghāyah*). Bagian ini mempertegas bahwa dakwah memiliki struktur keilmuan yang sistematis dan dapat dikaji secara akademik.

Buku ini juga menguraikan konsep dasar ilmu dakwah, seperti definisi dakwah (*da'wah ilā Allāh*), unsur-unsur dakwah, prinsip-prinsip dakwah, dasar hukum, tujuan, metode (*manhaj ad-da'wah*), subjek (*dā'i*), objek (*mad'ū*), serta media dakwah (*wasā'il ad-da'wah*). Dakwah dipahami sebagai proses *persuasive communication* yang berorientasi pada perubahan sikap dan perilaku keagamaan.

Pada bagian strategi, buku ini menjelaskan konsep dan teori *strategic da'wah*, termasuk faktor dan pendekatan dakwah yang relevan dengan kondisi sosial masyarakat.

Dalam konteks konvergensi media (*media convergence*), buku ini menyoroti pentingnya strategi dakwah yang adaptif terhadap media digital, serta pendekatan dakwah **humanis** (*insāniyyah*), **inklusif** (*shumūliyyah*), dan **berbasis komunitas** (*community-based da'wah*). Pendekatan ini menegaskan dakwah sebagai ruang empati, dialog, dan pemberdayaan sosial.

Sebagai penutup, buku ini mengangkat konsep **moderasi beragama** (*wasatiyyah*) dalam dakwah, yang menempatkan Islam di tengah antara sikap ekstrem (*ifrāt*) dan sikap meremehkan agama (*tafrīt*). Moderasi dipahami sebagai prinsip keseimbangan (*balance*) dalam menyampaikan pesan Islam agar tetap membawa kemaslahatan dan kedamaian.

strategi Dakwah



Buku Strategi Dakwah: Konsep, Teori, dan Implementasi di Era Konvergensi Media membahas dakwah Islam sebagai disiplin ilmu (*science of da'wah*) sekaligus praktik sosial yang dinamis dalam menghadapi perubahan zaman. Pembahasan diawali dengan sejarah lahirnya ilmu dakwah dan kedudukannya dalam paradigma keilmuan Islam, meliputi aspek ontologi, epistemologi, dan aksiologi. Bagian ini mempertegas bahwa dakwah memiliki struktur keilmuan yang sistematis dan dapat dikaji secara akademik.

Buku ini juga menguraikan konsep dasar ilmu dakwah, seperti definisi dakwah (da'wah ilā Allāh), unsur-unsur dakwah, prinsip-prinsip dakwah, dasar hukum, tujuan, metode (*manhaj ad-da'wah*), subjek (dā'ī), objek (mad'ū), serta media dakwah (wasā'il ad-da'wah). Dakwah dipahami sebagai proses persuasive communication yang berorientasi pada perubahan sikap dan perilaku keagamaan.

Pada bagian strategi, buku ini menjelaskan konsep dan teori *strategi da'wah*, termasuk faktor dan pendekatan dakwah yang relevan dengan kondisi sosial masyarakat.

Dalam konteks konvergensi media (*media convergence*), buku ini menyoroti pentingnya strategi dakwah yang adaptif terhadap media digital, serta pendekatan dakwah humanis (insāniyyah), inklusif (shumūliyyah), dan berbasis komunitas (*community-based da'wah*). Pendekatan ini menegaskan dakwah sebagai ruang empati, dialog, dan pemberdayaan sosial.

Sebagai penutup, buku ini mengangkat konsep moderasi beragama (*wasatiyyah*) dalam dakwah, yang menempatkan Islam di tengah antara sikap ekstrem dan sikap meremehkan agama. Moderasi dipahami sebagai prinsip keseimbangan (*balance*) dalam menyampaikan pesan Islam agar tetap membawa kemaslahatan dan kedamaian.

