

STRATEGI DAKWAH DALAM KEBERAGAMAN MASYARAKAT

Yanto

Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam Al – Mardliyyah Pamekasan

yantosuhaimi@gmail.com

Abstrak

Propaganda Islam adalah kegiatan untuk mengajak masyarakat kepada agama Allah, menjalankan perintah-Nya, dan menjauhi larangan-Nya. Kondisi sosial sasaran propaganda, yang bervariasi dalam etnis, agama, atau budaya, memerlukan perhatian penceramah. Agar propaganda Islam efektif, penceramah harus menerapkan strategi yang tepat. Strategi adalah perencanaan dan desain kegiatan propaganda, termasuk penentuan dan pemanfaatan sumber daya untuk mencapai tujuan. Ini berfungsi sebagai dasar atau cetak biru pencapaian tujuan. Dalam strategi, terdapat komponen dan teknik pelaksanaan yang dipilih berdasarkan kemampuan sumber daya dan situasi lingkungan. Semua keputusan harus bijaksana agar kegiatan propaganda dapat dilaksanakan dengan efektif. Dengan strategi yang baik, propaganda Islam dapat berjalan lancar, dan nilai-nilai ajaran Islam dapat diterima serta dipahami oleh masyarakat.

Kata Kunci: Strategi, Dakwah, Keberagaman, Masyarakat

Abstract

Islamic propaganda is an activity aimed at inviting people to Allah's religion, following His commands, and avoiding His prohibitions. The social conditions of the target audience, which vary in ethnicity, religion, or culture, require the attention of the preacher. For Islamic propaganda to be effective, the preacher must implement the right strategy. Strategy involves planning and designing propaganda activities, including determining and utilizing resources to achieve objectives. It serves as the foundation or blueprint for achieving goals. The strategy includes components and implementation techniques chosen based on resource capabilities and the environmental situation. All decisions must be made wisely to ensure the effective execution of propaganda activities. With a good strategy, Islamic propaganda can proceed smoothly, and Islamic values can be received and understood by the community.

Keywords: *Strategy, Islamic preaching, Diversity, Society*

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara yang memiliki berbagai kekayaan dan keragaman budaya lokal. Banyak suku, ras, agama, dan bahasa yang berbeda di tengah-tengah masyarakat Indonesia. Masyarakat dengan keberagaman budaya itu, hidup bersama dan berdampingan. Di tengah budaya lokal yang beragam itu, agama Islam datang, tersebar, dan berkembang. Penyebaran agama Islam pada keragaman budaya tersebut, melahirkan beberapa perspektif, termasuk strategi dakwah seperti apa yang digunakan oleh da'i di tengah masyarakat yang beragam tersebut. Agama Islam di Indonesia memiliki riwayat yang sangat panjang dalam penyebarannya. Masyarakat Indonesia yang memiliki beragam kebudayaan dan suku telah megnut kepercayaan sebelum Islam masuk ke Indonesia. Kepercayaan yang telah dianut tersebut telah mendarah daging dalam kehidupan masyarakat. Dalam melaksanakan berbagai aktivitas, masyarakat sangat dipengaruhi oleh nilai dan keyakinan yang dianutnya. Agama Islam masuk di tengah masyarakat yang beragam itu, sehingga corak dan bentuknya dipengaruhi oleh berbagai unsur budaya dan agama yang bermacam-macam.

Dakwah yang diterapkan Nabi Muhammad saw dari Makkah ke Madinah adalah ajaran Islam sejati. Islam yang asli ini memancarkan budaya Islam, yakni pemahaman dan pengamalan Nabi saw atas agama yang belum dipengaruhi oleh unsur-unsur budaya lokal. Ajaran Islam yang dibawa Nabi saw adalah ketauhidan, yaitu menyembah hanya pada satu Tuhan, yakni Allah SWT. Agar agama Islam dapat diterima dengan baik oleh masyarakat yang memiliki budaya yang beragam itu, perlu menggunakan strategi dakwah yang tepat dan melakukan pendekatan kultural, sehingga aktivitas dakwah dan proses penyampaian pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik dan dapat diterapkan oleh masyarakat. Demikian juga pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i tidak menyinggung atau membuat kesenjangan sosial antara masyarakat yang berbeda suku.

Dakwah sendiri merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan, dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut. Dakwah dalam arti luas adalah penjabaran, penterjemahan, dan pelaksanaan Islam dalam perikehidupan dan penghidupan manusia, termasuk di dalamnya politik, ekonomi, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, kekeluargaan, dan sebagainya (Tasmara, 2007, p.32). Dalam berdakwah diperlukannya strategi sebelum memulai aktivitas dakwah, yaitu berupa perencanaan secara menyeluruh, komperhensif, dan terpadu, yang berupa taktik, siasat, atau metode yang digunakan dalam aktivitas dakwah, yang berisikan rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah. Strategi dakwah inilah yang nanti akan mempengaruhi berhasil atau tidaknya proses dakwah yang disampaikan.

Dalam membuat strategi dakwah, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah dengan melihat dan memperhatikan latar belakang budaya dari penerima pesan dakwah (mad'u). sehingga penting untuk memperhatikan unsur budaya dan kearifan lokal dalam menyampaikan dakwah. Di tengah keberagaman masyarakat, da'i dituntut untuk memiliki strategi dakwah yang tepat, agar materi dapat disampaikan dengan efektif kepada

masyarakat dengan latar belakang budaya yang berbeda-beda, dan tujuan dakwah dapat tercapai.

Upaya pendekatan dakwah dengan mempertimbangkan keberagaman masyarakat yang berpijak pada nilai-nilai universal kemanusiaan menjadi sebuah tuntutan dan keharusan. Pesan dakwah dengan kemasan pendekatan budaya masyarakat setempat menjadi penting, agar Islam kehadirannya dapat diterima sebagai agama damai. Untuk itu penting bagi seorang da'i memiliki kesadaran akan budaya lokal, sebelum da'i tersebut melakukan aktivitas dakwah. Salah satu indikator kesadaran budaya lokal bagi seorang da'i adalah mengorientasikan isi pesan-pesan dakwah sedemikian rupa untuk berinteraksi dengan budaya lokal (Muhadi, 2015, p.29). Dengan demikian, dakwah tersebut dapat diterima dan diamalkan dalam kehidupan masyarakat, khususnya di dalam keberagaman masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu dengan suatu metode penelitian yang dilakukan untuk dengan cara mendeskripsikan hasil penelitian dalam bentuk tulisan atau kalimat. Sedangkan pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan studi pustaka yaitu suatu metode penelitian yang sumber utama penelitian ini adalah dari buku, artikel ilmiah, dan sumber-sumber lain yang berbentuk tulisan. Adapun yang digunakan sebagai sumber kajian adalah teori tentang Strategi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Strategi

Strategi, yang berasal dari istilah Yunani yang awalnya berarti "seni sang jenderal" atau "kapal sang jenderal," telah berkembang dalam cakupan maknanya untuk mencakup seni para laksamana dan komandan angkatan udara. Konsep ini mencakup berbagai situasi kompetitif, baik dalam pertarungan maupun permainan. Saat ini, istilah "strategi bermain" juga digunakan untuk menggambarkan pengaturan dan metode bermain dalam menghadapi serta mengalahkan lawan (Suhandang, 2014, p.80). Dalam perspektif psikologi, strategi dipandang sebagai metode untuk mengumpulkan dan mengorganisasi informasi guna menilai sebuah hipotesis. Proses ini melibatkan apa yang disebut dengan simultaneous scanning (pengamatan simultan) dan conservative focusing (pemusatkan perhatian). Artinya, strategi memerlukan pengamatan yang terpusat dan hati-hati untuk memilih tindakan yang paling efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Istilah strategi mengacu pada upaya pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Strategi mencakup rencana tindakan dan metodologi yang mendasar, yang dikenal sebagai the dramatic pentad (segilima dramatisik), yang terdiri dari lima elemen: Act (aksi), Scene (suasana), Agent (agen), Agency (agensi), dan Purpose (maksud). Setiap elemen ini menjelaskan berbagai aspek yang diperlukan untuk merencanakan dan melaksanakan strategi dengan baik (Suhandang, 2014, p.80). Dengan demikian, strategi dapat dianggap sebagai desain atau rencana kegiatan yang melibatkan penempatan dan penggunaan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ini melibatkan pertimbangan bijaksana tentang

komponen dan teknik yang akan digunakan, serta pengaturan sumber daya dan situasi lingkungan. Strategi, sebagai bagian dari perencanaan, menggabungkan pemikiran tentang unsur-unsur pendukung dan kondisi yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Proses ini melibatkan tahap awal dalam konseptualisasi tindakan, diikuti dengan manipulasi dan penerapan strategi tersebut untuk mencapai hasil yang diinginkan (Suhandang, 2014, p.84).

Bentuk Strategi

Strategi dapat dibagi menjadi dua jenis utama: strategi yang dikehendaki (intended strategy) dan strategi yang direalisasikan (realized strategy). Strategi yang dikehendaki terdiri dari tiga elemen penting. Pertama, sasaran-sasaran (goals), yaitu tujuan akhir yang ingin dicapai, seperti dalam konteks dakwah, yaitu menciptakan masyarakat madani yang Islami. Sasaran ini mencakup visi (vision), yang merupakan kerangka acuan kegiatan nyata, misi (mission), yang mencakup banyaknya sasaran yang harus dicapai untuk mewujudkan visi, serta tujuan-tujuan (objectives), yaitu sasaran khusus yang harus dicapai demi tujuan akhir. Sasaran tersebut juga dapat dibagi dalam tiga tingkatan atau hierarki.

Kedua, kebijakan (policies) merupakan garis pedoman yang harus diikuti untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan. Kebijakan ini berfungsi sebagai panduan umum dalam mengambil tindakan. Ketiga, rencana-rencana (plans) adalah pernyataan tindakan yang diharapkan akan terjadi. Misalnya, dalam dakwah Islamiyah, perencanaan harus mencakup perhitungan mengenai seberapa banyak mad'u yang bisa menerima pesan dakwah. Strategi yang direalisasikan adalah strategi yang telah diterapkan dan tercapai. Namun, strategi ini sering mengalami perubahan sesuai dengan peluang dan ancaman yang dihadapi. Biasanya, strategi yang terwujudkan dalam pelaksanaannya berbeda dari strategi yang dikehendaki, baik dalam jumlah maupun bentuknya.

Dalam kegiatan dakwah Islamiyah di masyarakat yang beragam, strategi dakwah yang tepat sangat penting. Strategi dakwah adalah gabungan dari perencanaan dan manajemen dakwah untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Muiz, 2010, p.35). Strategi ini harus menunjukkan operasional teknis (taktik) yang sesuai, dengan pendekatan yang bisa berbeda tergantung pada situasi dan kondisi. Strategi dakwah memiliki dua fungsi utama: menyebarluaskan pesan dakwah secara sistematik untuk hasil optimal, dan menjembatani gap budaya yang mungkin muncul akibat media yang bisa merusak nilai-nilai agama atau budaya.

Strategi Dakwah Keberagaman Masyarakat

Dalam strategi dakwah, peranan dakwah sangat penting untuk keberagaman masyarakat. Strategi dakwah harus luwes agar dai dapat segera melakukan perubahan jika ada faktor yang mempengaruhi proses tersebut. Pengaruh yang menghambat dakwah bisa muncul sewaktu-waktu, terutama jika dakwah dilakukan melalui media. Oleh karena itu, seorang dai harus berpikir secara konseptual dan bertindak sistematik, mengingat komunikasi bersifat paradigmatis.

1. Proses Pelaksanaan Strategi

Setiap individu atau lembaga memiliki tujuan tertentu yang menunjukkan arah dan menyatukan gerak sasaran mereka. Tujuan ini adalah keadaan masa depan yang lebih baik dibandingkan keadaan sebelumnya (Suhandang, 2014). Pencapaian tujuan

memerlukan penataan yang terarah, efektif, dan efisien. Terarah berarti aktivitas fokus pada pencapaian tujuan melalui kegiatan rasional yang tepat guna. Efektif dan efisien berarti penggunaan sarana terbatas pada hal-hal yang diperlukan, dengan organisasi sebagai wadah dan alat pencapaian tujuan. Dalam dakwah, tujuan utama adalah mewujudkan Islam madani yang diterima oleh semua lapisan masyarakat, yang memerlukan perencanaan jangka panjang, jangka menengah, dan jangka pendek. Dalam dakwah, tujuan utama adalah mewujudkan Islam madani, sebuah konsep yang merujuk pada masyarakat yang terbangun berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang adil, sejahtera, dan harmonis. Islam madani mencakup pembuatan masyarakat yang tidak hanya memahami ajaran agama tetapi juga menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari dengan cara yang konstruktif dan damai. Untuk mencapai tujuan ini, perencanaan yang terstruktur dalam jangka panjang, menengah, dan pendek menjadi sangat penting agar dakwah dapat berjalan dengan efektif dan berdampak.

Perencanaan jangka panjang dalam dakwah mencakup visi dan misi yang jelas tentang bagaimana masyarakat Islam madani akan dibangun. Ini melibatkan pengembangan strategi yang holistik, yang termasuk pendidikan, penguatan ekonomi, serta pembinaan sosial dan politik yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dalam jangka panjang, fokusnya adalah menciptakan fondasi yang kuat melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia, pengembangan lembaga-lembaga dakwah, dan penciptaan sistem yang mendukung kemajuan sosial secara berkelanjutan. Perencanaan jangka menengah dalam dakwah lebih menitikberatkan pada implementasi strategi yang telah dirancang dalam jangka panjang. Pada fase ini, organisasi dakwah perlu memastikan bahwa inisiatif-inisiatif yang direncanakan dapat direalisasikan dengan sumber daya yang ada. Hal ini termasuk program-program pendidikan, kegiatan sosial, dan kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas umat. Perencanaan jangka menengah juga melibatkan evaluasi berkala untuk memastikan bahwa langkah-langkah yang diambil sesuai dengan tujuan jangka panjang yang telah ditetapkan.

Di sisi lain, perencanaan jangka pendek dalam dakwah berfokus pada kegiatan-kegiatan konkret yang dapat dilaksanakan dalam waktu dekat. Ini mencakup kampanye dakwah, seminar, pelatihan, dan acara-acara komunitas yang dapat langsung berdampak pada masyarakat. Perencanaan jangka pendek bertujuan untuk mencapai hasil yang cepat dan memberikan umpan balik yang berguna untuk perbaikan dan penyesuaian strategi jangka menengah dan panjang. Dengan kegiatan yang terencana dengan baik, dakwah dapat menjaga momentum dan keterlibatan masyarakat. Dalam setiap tahap perencanaan, penting untuk melibatkan berbagai pihak dalam komunitas, termasuk tokoh masyarakat, ulama, dan pemuda. Partisipasi mereka dapat memberikan perspektif yang beragam dan memperkuat dukungan untuk inisiatif dakwah. Kolaborasi ini juga membantu mengidentifikasi dan mengatasi tantangan yang mungkin dihadapi dalam pelaksanaan program dakwah, sehingga solusi yang diambil dapat lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Selain itu, pemantauan dan evaluasi merupakan aspek krusial dari perencanaan dakwah. Dengan adanya sistem pemantauan yang baik, setiap langkah yang diambil dapat dianalisis untuk melihat apakah tujuan-tujuan yang ditetapkan tercapai atau tidak. Evaluasi ini membantu dalam menentukan apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki, serta menyediakan data yang berguna untuk perencanaan di masa depan. Mewujudkan Islam madani melalui dakwah memerlukan pendekatan yang sistematis dan berkelanjutan. Dengan perencanaan yang matang dalam jangka panjang, menengah, dan pendek, serta pelibatan komunitas dan evaluasi yang terus menerus, dakwah dapat mencapai tujuannya untuk membangun masyarakat yang adil, sejahtera, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

2. Persiapan Pelaksanaan Strategi

Seorang dai harus mempersiapkan strategi dakwah dengan mengumpulkan data dasar dan perkiraan kebutuhan. Ini melibatkan analisis media, segmentasi khalayak sasaran, perpaduan komunikator dengan media, penyusunan rencana dan pesan, serta prosedur pelaksanaan. Penelitian terhadap khalayak sasaran meliputi identifikasi jumlah, lokasi, profil sosial ekonomi, serta pengetahuan dan sikap mad'u. Mengenali media yang digunakan dan dampaknya juga penting. Setelah data terkumpul, dai harus merumuskan kegiatan secara jelas dan mempertimbangkan hierarki efek pada mad'u.

Dalam proses dakwah, mengenali media yang digunakan dan dampaknya adalah langkah krusial untuk mencapai hasil yang efektif. Media berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat, dan pemilihan media yang tepat dapat mempengaruhi sejauh mana pesan tersebut diterima dan dipahami. Oleh karena itu, dai perlu memahami berbagai jenis media yang tersedia, seperti media cetak, media elektronik, media sosial, dan interaksi langsung, serta dampaknya terhadap audiens yang ditargetkan.

Media cetak, seperti buku, majalah, dan brosur, memungkinkan penyampaian informasi secara mendalam dan terstruktur. Media ini cenderung memberikan bahan bacaan yang bisa dibaca berulang kali, sehingga pesan dakwah dapat diserap dengan lebih mendetail. Namun, keterbatasannya adalah bahwa media cetak tidak selalu mencapai audiens yang luas secara cepat. Sementara itu, media elektronik seperti radio dan televisi memiliki jangkauan yang lebih luas dan mampu menyampaikan pesan secara lebih dinamis melalui audio dan visual. Kelemahannya adalah ketergantungan pada waktu tayang dan biaya produksi yang mungkin tinggi.

Media sosial, dengan berbagai platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube, menawarkan kecepatan dan jangkauan yang sangat luas. Keunggulannya adalah kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan audiens dan mendapatkan umpan balik yang cepat. Namun, media sosial juga bisa menjadi tantangan karena informasi yang beredar tidak selalu terverifikasi dan bisa jadi disebarluaskan secara viral tanpa kendali. Oleh karena itu, pemilihan media sosial yang tepat dan strategi komunikasi yang efektif sangat penting.

Setelah data mengenai penggunaan media dan dampaknya terkumpul, dai perlu merumuskan kegiatan dakwah secara jelas dan terstruktur. Ini mencakup penyusunan rencana kegiatan yang melibatkan berbagai media dan metode dakwah yang telah dipilih. Misalnya, jika memilih untuk menggunakan media sosial, dai harus merancang konten yang relevan dan menarik serta menentukan jadwal posting yang optimal untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Mempertimbangkan hierarki efek pada mad'u juga penting dalam merumuskan kegiatan dakwah. Hierarki efek merujuk pada urutan perubahan yang diharapkan dalam audiens, mulai dari kesadaran, pengetahuan, sikap, hingga tindakan. Dai harus menyusun kegiatan dakwah dengan mempertimbangkan tahapan-tahapan ini, memastikan bahwa setiap langkah dalam proses penyampaian pesan dapat mempengaruhi audiens sesuai dengan tahapan tersebut. Misalnya, untuk membangun kesadaran, dai dapat memulai dengan kampanye informasi yang luas, lalu melanjutkan dengan program pendidikan yang lebih mendalam untuk membentuk pengetahuan dan sikap yang positif.

Dengan memahami media yang digunakan dan dampaknya, serta merumuskan kegiatan dengan mempertimbangkan hierarki efek, dai dapat meningkatkan efektivitas dakwah. Ini memastikan bahwa pesan dakwah tidak hanya sampai kepada audiens tetapi juga mampu mempengaruhi mereka secara positif dan berkelanjutan. Dengan pendekatan yang terencana dan strategis, dakwah dapat mencapai tujuannya dalam membangun masyarakat yang lebih baik dan lebih sesuai dengan nilai-nilai Islam.

3. Penentuan Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah, seperti diungkapkan dalam al-Qur'an surat Yusuf ayat 108, adalah mengajak kepada Allah dengan hujjah yang nyata, menjadikannya sebagai jalan agama, dan menghindari syirik. Dalam dakwah, tujuan utama adalah mengajak orang kepada Allah dan memperkenalkan mereka pada ajaran Islam secara benar dan efektif. Hal ini selaras dengan apa yang diungkapkan dalam al-Qur'an surat Yusuf ayat 108: "Katakanlah, 'Ini adalah jalanku; aku dan orang-orang yang mengikutku menyeru (kalian) kepada Allah dengan hujjah yang nyata. Maha Suci Allah, dan aku tidak termasuk orang-orang yang musyrik.'" Ayat ini menggarisbawahi beberapa aspek penting dalam tujuan dakwah.

Pertama, dakwah bertujuan untuk mengajak kepada Allah dengan hujjah yang nyata. Hujjah atau argumen yang jelas dan kuat merupakan bagian fundamental dari dakwah. Ini berarti bahwa penyampaian pesan dakwah harus didasarkan pada penjelasan yang rasional dan bukti yang autentik dari ajaran Islam. Hujjah ini bisa berupa dalil-dalil dari al-Qur'an dan Hadis, serta penjelasan logis yang bisa diterima akal. Dengan cara ini, orang yang didakwahi dapat memahami ajaran Islam dengan jelas dan merasa yakin tentang kebenarannya.

Kedua, dakwah harus menjadikan ajaran Islam sebagai jalan agama yang diikuti. Ini berarti bahwa tujuan dakwah bukan hanya sekadar memperkenalkan ajaran Islam, tetapi juga membimbing umat untuk mengadopsi dan mengamalkannya dalam

kehidupan sehari-hari. Dakwah harus menanamkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana ajaran Islam dapat diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam ibadah maupun muamalah, sehingga Islam benar-benar menjadi panduan hidup yang diikuti secara konsisten.

Ketiga, dakwah juga bertujuan untuk menghindari syirik, yaitu perbuatan menyekutukan Allah. Dalam konteks ini, syirik merupakan salah satu dosa terbesar dalam Islam, dan salah satu tujuan dakwah adalah untuk menghindarkan umat dari kepercayaan dan praktik yang menyimpang dari ajaran monoteisme Islam. Ini mencakup pendidikan tentang konsep tauhid dan pengenalan tentang bahaya syirik serta cara-cara untuk menjauhkan diri dari amalan tersebut.

Penting untuk dicatat bahwa dalam mencapai tujuan-tujuan ini, pendekatan dakwah harus dilakukan dengan hikmah dan bijaksana. Dakwah yang efektif tidak hanya bergantung pada penyampaian informasi, tetapi juga pada kemampuan untuk menyentuh hati dan pikiran mad'u. Ini melibatkan pendekatan yang penuh kasih sayang, kesabaran, dan pemahaman terhadap kondisi dan kebutuhan individu yang didakwahi. Selain itu, penerapan ajaran Islam yang konsisten oleh para dai juga berperan penting dalam mendukung tujuan dakwah. Keteladanan dari para dai dalam kehidupan sehari-hari dapat memberikan contoh nyata dari prinsip-prinsip Islam dan membantu memperkuat pesan yang disampaikan. Dengan cara ini, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai teori tetapi juga sebagai praktik hidup yang bisa diobservasi dan diikuti.

Dalam konteks global saat ini, dakwah juga perlu mempertimbangkan konteks budaya dan sosial yang berbeda. Penyesuaian metode dakwah agar sesuai dengan latar belakang budaya dan kebiasaan lokal dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Ini berarti bahwa pendekatan dakwah harus fleksibel dan adaptif terhadap perubahan zaman dan kebutuhan masyarakat yang beragam. Secara keseluruhan, tujuan dakwah yang diungkapkan dalam al-Qur'an surat Yusuf ayat 108 mengarahkan para dai untuk menyampaikan pesan Islam dengan hujjah yang jelas, menjadikan Islam sebagai jalan hidup, dan menjauhi syirik. Dengan pendekatan yang benar dan penuh pertimbangan, dakwah dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengembangkan masyarakat yang lebih baik sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

4. Penyusunan Rencana

Setelah tujuan dakwah ditetapkan, langkah berikutnya adalah merencanakan pelaksanaan dakwah, termasuk pengadaan sarana dan fungsinya. Rencana harus didasarkan pada hasil penyelidikan dan berisi program tindakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Setelah tujuan dakwah ditetapkan, langkah selanjutnya adalah merencanakan pelaksanaan dakwah secara efektif dan terstruktur. Merencanakan pelaksanaan dakwah memerlukan perhatian yang cermat pada berbagai aspek, termasuk pengadaan sarana yang diperlukan dan penentuan fungsinya. Ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap elemen dari rencana dakwah berkontribusi pada

pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Perencanaan yang matang adalah kunci agar dakwah dapat dilaksanakan dengan efisien dan mencapai dampak yang diinginkan.

Pertama-tama, perencanaan pelaksanaan dakwah harus dimulai dengan melakukan penyelidikan yang mendalam tentang kondisi masyarakat yang akan menjadi sasaran dakwah. Penyelidikan ini meliputi pemahaman tentang karakteristik demografis, sosial, budaya, serta kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh komunitas tersebut. Dengan informasi ini, rencana dakwah dapat disesuaikan dengan konteks yang spesifik dan relevan, memastikan bahwa pendekatan yang digunakan sesuai dengan kebutuhan dan situasi masyarakat.

Selanjutnya, rencana dakwah harus mencakup program tindakan yang terperinci untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Program ini meliputi berbagai kegiatan yang akan dilaksanakan, seperti ceramah, pelatihan, atau kegiatan sosial. Setiap kegiatan harus dirancang dengan mempertimbangkan efektivitasnya dalam mencapai tujuan dakwah. Ini juga mencakup penjadwalan kegiatan, penetapan tanggung jawab, serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan program-program tersebut.

Pengadaan sarana merupakan bagian penting dari perencanaan pelaksanaan dakwah. Sarana ini mencakup berbagai alat dan fasilitas yang dibutuhkan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan dakwah, seperti peralatan audio-visual, buku-buku dakwah, dan media sosial. Selain itu, sarana juga dapat meliputi fasilitas fisik seperti ruang pertemuan atau pusat informasi. Setiap sarana harus dipilih dan disediakan berdasarkan fungsinya, agar dapat mendukung kegiatan dakwah secara maksimal. Fungsi dari setiap sarana yang disediakan harus didefinisikan dengan jelas dalam rencana. Misalnya, alat audio-visual mungkin digunakan untuk memperkuat penyampaian pesan dalam ceramah, sementara media sosial digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan menetapkan fungsi masing-masing sarana, tim dakwah dapat memastikan bahwa semua alat yang tersedia digunakan secara optimal dan efisien.

Program tindakan dalam rencana dakwah juga harus memperhitungkan metode evaluasi dan pemantauan untuk menilai efektivitas pelaksanaan. Evaluasi berkala memungkinkan tim untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam pelaksanaan dakwah dan membuat penyesuaian yang diperlukan. Ini juga membantu memastikan bahwa tujuan dakwah tetap terjaga dan pencapaiannya dapat dipantau secara teratur. Perencanaan yang baik harus melibatkan partisipasi dan umpan balik dari berbagai pihak yang terlibat dalam dakwah. Kolaborasi dengan anggota komunitas, pemangku kepentingan, dan para ahli dalam bidang dakwah dapat memperkaya rencana dengan perspektif yang lebih luas dan pengalaman yang relevan. Dengan melibatkan berbagai pihak, perencanaan pelaksanaan dakwah akan menjadi lebih komprehensif dan lebih sesuai dengan kebutuhan serta harapan masyarakat yang menjadi sasaran.

5. Penetapan Metode, Teknik, dan Taktik

Dalam pelaksanaan dakwah, perlu ditetapkan metode, teknik, dan taktik komunikasi yang sesuai. Strategi komunikasi harus mampu menyebarluaskan pesan secara sistematis dan menjembatani cultural gap dengan media yang tepat. Horald D Laswell mengusulkan teori komunikasi yang melibatkan elemen-elemen penting dalam merumuskan strategi komunikasi. Persiapan-persiapan dalam strategi komunikasi meliputi penyusunan pesan, teknik komunikasi seperti redundancy dan canalizing, serta penggunaan media sebagai alat penyalur ide.

6. Evaluasi Dakwah

Evaluasi dakwah merupakan proses penting untuk menilai efektivitas dan dampak kegiatan dakwah. Prosedur evaluasi meliputi penetapan standar, pengumpulan data, analisis data, dan penyajian hasil. Evaluasi yang cermat dapat menunjukkan keberhasilan dakwah dan membantu dalam perencanaan strategi dakwah yang lebih efektif ke depan. Evaluasi dakwah adalah komponen krusial dalam memastikan efektivitas dan dampak kegiatan dakwah yang telah dilaksanakan. Proses ini bertujuan untuk menilai sejauh mana tujuan dakwah tercapai dan bagaimana dampaknya terhadap sasaran dakwah. Evaluasi yang dilakukan secara sistematis dan menyeluruh dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai keberhasilan dakwah serta mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki untuk perencanaan dan pelaksanaan di masa depan.

Langkah pertama dalam prosedur evaluasi dakwah adalah penetapan standar yang akan digunakan untuk menilai keberhasilan kegiatan. Standar ini harus jelas, spesifik, dan relevan dengan tujuan dakwah yang telah ditetapkan. Misalnya, jika tujuan dakwah adalah untuk meningkatkan pengetahuan agama dalam komunitas tertentu, standar evaluasi bisa meliputi peningkatan jumlah peserta yang mengikuti ceramah atau peningkatan pemahaman tentang topik-topik tertentu. Penetapan standar ini akan menjadi acuan utama dalam mengukur pencapaian tujuan dakwah. Setelah standar ditetapkan, langkah berikutnya adalah pengumpulan data yang diperlukan untuk evaluasi. Data ini dapat berupa kuantitatif, seperti jumlah peserta atau hasil survei, maupun kualitatif, seperti umpan balik dari peserta atau observasi langsung terhadap perubahan dalam komunitas. Pengumpulan data harus dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh akurat dan representatif. Ini juga melibatkan pemilihan metode pengumpulan data yang tepat, seperti kuesioner, wawancara, atau analisis dokumen.

Setelah data dikumpulkan, tahap berikutnya adalah analisis data. Proses ini melibatkan pemrosesan dan interpretasi data untuk menilai sejauh mana tujuan dakwah telah tercapai. Analisis data harus dilakukan dengan cermat untuk mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan yang signifikan. Misalnya, analisis data dapat menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang ajaran agama atau mengidentifikasi aspek dari kegiatan dakwah yang kurang efektif. Hasil analisis ini akan memberikan wawasan penting mengenai efektivitas kegiatan dakwah. Penyajian hasil evaluasi merupakan langkah penting untuk mengkomunikasikan temuan kepada pihak-pihak yang relevan.

Hasil evaluasi harus disajikan dengan jelas dan ringkas, menggunakan grafik, tabel, atau laporan tertulis jika diperlukan. Penyajian hasil ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang pencapaian dakwah dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan. Hal ini juga membantu dalam membuat keputusan yang lebih baik untuk perencanaan kegiatan dakwah di masa mendatang.

Evaluasi yang cermat tidak hanya menunjukkan keberhasilan dakwah tetapi juga membantu dalam merencanakan strategi dakwah yang lebih efektif di masa depan. Dengan memahami apa yang berhasil dan apa yang tidak, tim dakwah dapat membuat penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas dan dampak kegiatan mereka. Evaluasi yang baik juga dapat memperkuat kredibilitas dakwah dan meningkatkan kepercayaan serta dukungan dari komunitas yang menjadi sasaran. Proses evaluasi juga memberikan peluang untuk pembelajaran dan pengembangan berkelanjutan. Dengan menganalisis hasil evaluasi, tim dakwah dapat mengidentifikasi keterampilan dan pengetahuan baru yang dibutuhkan untuk meningkatkan pelaksanaan dakwah. Ini termasuk pelatihan tambahan bagi anggota tim atau penerapan metode baru yang lebih efektif. Evaluasi berkelanjutan mendorong perbaikan berkelanjutan dan memastikan bahwa dakwah tetap relevan dan efektif dalam menjawab kebutuhan masyarakat.

Evaluasi dakwah adalah alat yang sangat penting dalam mengukur keberhasilan dan dampak kegiatan dakwah. Dengan mengikuti prosedur evaluasi yang sistematis, tim dakwah dapat memastikan bahwa mereka terus meningkatkan kualitas dan efektivitas kegiatan mereka, serta mencapai tujuan dakwah dengan lebih baik. Evaluasi yang dilakukan dengan baik akan mendukung perencanaan strategi dakwah yang lebih terarah dan bermanfaat bagi masyarakat sasaran.

7. Budaya dan Dakwah

Dakwah harus memperhatikan budaya setempat. Budaya, sebagai cara hidup yang diwariskan dan mencakup berbagai aspek kehidupan, harus dipahami dan dihormati dalam kegiatan dakwah. Dakwah budaya menekankan pendekatan yang sesuai dengan kultural masyarakat sasaran. Teori-teori komunikasi seperti teori identifikasi, teori rencana, dan teori logika pesan, dapat digunakan untuk merancang pesan yang efektif. Dalam melaksanakan dakwah, sangat penting untuk memperhatikan dan memahami budaya setempat. Budaya merupakan cara hidup yang diwariskan dari generasi ke generasi dan mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti norma, nilai, adat istiadat, dan kebiasaan. Memahami budaya setempat dalam konteks dakwah bukan hanya sekadar menghormati tradisi, tetapi juga memastikan bahwa pesan dakwah disampaikan dengan cara yang relevan dan diterima dengan baik oleh masyarakat sasaran. Pendekatan yang sensitif terhadap budaya lokal membantu menghindari konflik dan kesalahpahaman, serta meningkatkan penerimaan dan efektivitas pesan dakwah.

Dakwah budaya menekankan pentingnya pendekatan yang sesuai dengan kultural masyarakat sasaran. Artinya, metode dan konten dakwah harus disesuaikan

dengan nilai-nilai dan praktik budaya yang berlaku di komunitas tersebut. Misalnya, jika komunitas sasaran memiliki tradisi tertentu dalam cara mereka merayakan perayaan atau acara penting, dakwah dapat disesuaikan dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip agama dalam konteks yang sudah dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian, pesan dakwah tidak terasa asing atau memaksa, tetapi lebih diterima sebagai bagian dari kehidupan mereka sehari-hari. Teori-teori komunikasi dapat memainkan peran penting dalam merancang pesan dakwah yang efektif dengan memperhatikan aspek budaya. Salah satu teori yang relevan adalah teori identifikasi. Teori ini menyatakan bahwa individu lebih cenderung menerima dan memahami pesan jika mereka merasa terhubung atau memiliki kesamaan dengan pengirim pesan. Dalam konteks dakwah, hal ini berarti bahwa pendekatan yang digunakan harus mencerminkan pemahaman dan penghargaan terhadap budaya setempat. Misalnya, menggunakan bahasa atau simbol yang dikenal dan dihargai oleh komunitas akan meningkatkan kemungkinan pesan diterima dengan baik.

Teori rencana juga sangat relevan dalam merancang pesan dakwah. Teori ini menekankan pentingnya merencanakan pesan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan harapan audiens. Dalam dakwah, ini berarti merancang pesan yang tidak hanya sesuai dengan ajaran agama, tetapi juga mempertimbangkan konteks budaya dan sosial masyarakat sasaran. Dengan membuat rencana yang matang, dakwah dapat disampaikan dengan cara yang memotivasi audiens untuk menerima pesan tersebut secara positif dan aktif berpartisipasi dalam kegiatan dakwah. Selain teori identifikasi dan teori rencana, teori logika pesan juga dapat diterapkan dalam dakwah. Teori ini berfokus pada bagaimana struktur dan penyampaian pesan mempengaruhi pemahaman dan penerimaan audiens. Dalam konteks dakwah, penting untuk menyusun pesan dengan cara yang logis dan mudah dipahami, serta menghubungkan ajaran agama dengan situasi dan kebutuhan spesifik yang dihadapi oleh masyarakat. Pesan yang terstruktur dengan baik dan disampaikan secara jelas akan lebih efektif dalam mencapai tujuan dakwah.

Integrasi teori-teori komunikasi ini dalam perencanaan dakwah membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya relevan secara kultural tetapi juga efektif dalam mencapai tujuan dakwah. Menggunakan teori-teori ini sebagai dasar dalam merancang strategi komunikasi memungkinkan dakwah untuk lebih terfokus, terarah, dan sesuai dengan konteks budaya, sehingga meningkatkan kemungkinan pesan diterima dan diterapkan oleh audiens. Dengan memperhatikan budaya setempat dan menerapkan teori-teori komunikasi dalam merancang pesan dakwah, hasil yang diharapkan dapat lebih optimal. Dakwah yang sensitif terhadap budaya akan lebih mudah diterima dan memiliki dampak yang lebih besar dalam masyarakat. Hal ini juga menunjukkan penghormatan terhadap keberagaman budaya dan mendukung harmonisasi antara nilai-nilai agama dan praktik budaya setempat.

SIMPULAN

Strategi dakwah merupakan rencana atau desain kegiatan dakwah dalam wujud penentuan dan penempatan semua sumber daya yang menunjukkan keberhasilan suatu pencapaian tujuan dakwah yang telah ditentukan. Strategi dakwah yang tepat akan mengantarkan pada efektifitas dakwah dan pencapaian tujuan yang optimal sesuai yang dharapkan. Dalam melaksanakan kegiatan dakwah pada masyarakat yang beragam, strategi dakwah dakwah yang tepat merupakan modal utama untuk mencapai keberhasilan dakwah. Dengan kata lain, strategi dakwah yang disusun dengan memperhatikan keberagaman masyarakat yang menjadi sasaran dakwah akan mengantarkan pada keberhasilan dakwah yang dilaksanakan oleh da'i. Pesan-pesan dakwah yang berupa nilai-nilai ajaran Islam akan diterima dengan baik oleh masyarakat untuk kemudian dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitria, R. (2017). Strategi Komunikasi pada masyarakat Multikultural. *Jurnal Syi'ar*, 17(01), 20 - 34.
- Mahadi, U. (2015). *Komunikasi dan Dakwah Kontemporer*. Bogor: IPB Bogor.
- Mahadi, U. (2017). *Komunikasi antar Budaya, Strategi Membengun Komunikasi Harmoni pada Masyarakat Multikultural*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muiz, A. F. (2010). *Strategi Dakwah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ramdhani, R. (2018). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Saputra, W. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suhandang, K. (2014). *Strategi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syani, A. (2012). *Sosiologi Skematika, Teori dan Penerapan*. Jakarta: Bumi Aksaram.
- Tasmara, T. (2007). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta, Gaya Media Pratama.
- Tatang. (2016). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.