

TRANSFORMASI MITRA DAKWAH TENTANG STRATEGI DAKWAH DALAM PERSPEKTIF IBADAH

MOHAMMAD NIAMULLOH

UIN Sunan Ampel Surabaya

Email : Niamullohm@gmail.com

Abstract:

*The obligation to preach is something that is *Conditio sine quanon*, it cannot be avoided from everyday life. In calling (*da'wah*) there are values that are directly applied through a virtue and indirectly, these virtues command goodness and prevent ugliness. This study aims to determine the characteristics of *mad'u* (*da'wah* partners) and how to deliver it so that it is conveyed properly to *mad'u*. This research is a qualitative research that is described descriptively. Data collection techniques used include observation, interviews, document review (literature study) and documentation. Observation takes notes systematically about events, behaviors, objects seen and other things needed to support the research being carried out. Meanwhile, interviews were conducted by interviewing informants who were the source of the information. Document study, namely collecting data or information through reading books, studying the Koran, and the internet. Data documentation in the form of images of research results. The results showed that the grouping of *mad'u* characteristics was divided into three, namely *abangan*, *santri* and *priayi*. Knowing the material presented includes a) Original from Allah SWT, b) Easy and good, c) Balanced, d) Complete and Universal, e) Makes sense. Broadly speaking, the delivery researcher states that *da'wah* cannot be equalized, meaning that the delivery varies depending on the level of the *da'wah* partner.*

Keywords : *Da'wah, Partners, Strategy, Worship Perspective*

PENDAHULUAN

Bagi seorang muslim, dakwah merupakan kewajiban yang bersifat *Conditio sine quanon*, tidak mungkin dihindari dari kehidupan sehari-hari. Agama Islam sebagai suatu ajaran tidak diwujudkan dalam aksi nyata, karena agama tersebut bukanlah agama yang semata-mata menyoroti satu sisi dari kehidupan manusia saja, tetapi Islam menyoroti semua persoalan hidup manusia secara total.¹

Adanya transformasi dakwah diperlukan strategi dalam perspektif ibadah. Dakwah dalam praktiknya merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti dan berperan

¹ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta : Gaya Media Pratama, 1997), h. 32

langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.² Dalam konteks tersebut, tentunya nilai-nilai dakwah membawa kemanfaatan bagi siapapun yang melakukannya. Dalam surat Ali Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”.³

Dalam menyeru (dakwah) ada nilai-nilai yang secara langsung diaplikasikan lewat sebuah kebajikan dan secara tidak langsung, kebajikan tersebut menyuruh kebaikan dan mencegah kejelekan. Dakwah bukan kegiatan mencari atau menambah pengikut, tetapi kegiatan mempertemukan fitrah manusia dengan islam atau menyadarkan manusia akan perlunya ketauhidan dan perbuatan baik.

Salah satu strategi dakwah dalam perspektif ibadah yang diuraikan oleh Dr. Abdul Karim Zaidan, yang menyatakan bahwa penyampaian dakwah dilakukan dengan tiga cara, yakni komunikasi lisan dan tulisan, aksi atau amal, dan keteladanan pendakwah. Sementara itu, Dr. Mustofa Yakub menjelaskan metode dakwah dengan menggunakan istilah pendekatan dakwah, yang terdiri dari beberapa pendekatan, yaitu pendekatan personal, pribadi, pendidikan, penawaran, misi, korespodensi, dan diskusi.⁴

Transformasi mitra dakwah tentang strategi dakwah sendiri mempunyai unsur-unsur yang terkandung di dalamnya. Mitra dakwah merupakan unsur yang ditekankan pada dakwah itu sendiri. Selain unsur tersebut, juga ditekankan pada dakwah itu sendiri, yaitu pendakwah, pesan dakwah dan media dakwah. Hal ini tidak bisa dipisahkan dan selalu bersinambungan satu sama lain. Efektifitas dakwah juga akan teruji kalau unsur-unsur di atas terpenuhi. Maksudnya, ketika seseorang ingin melakukan dakwah, secara tidak langsung unsur-unsur tersebut harus dikaji dan dipelajari sebelum melakukan dakwah dengan tujuan akan perubahan yang lebih baik.

Dalam keadaan dan situasi yang bagaimanapun muslim tetap harus sadar bahwa dirinya adalah subjek, salah satu unsur dari berbagai macam unsur dakwah yang memiliki kedudukan sangat tinggi. Karena, subjek dakwah ini (*da'i*) bagaikan guide atau petunjuk arah terhadap orang-orang yang ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat.

Selain itu, mitra dakwah atau *mad'u* merupakan unsur yang juga penting dan menjadi tolak ukur, bagaimana *feedback* (timbang-balik) dakwah menjadi lebih efektif. Pendakwah harus mengerti, untuk siapa pesan itu disampaikan. Ia harus memutuskan apakah pendengarnya mengerti kata-kata yang akan digunakan. Jika

² Wahyu Ilahi *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h.17

³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Edisi Yang Disempurnakan) (Jakarta: Ikrar Mandiri Abadi, 2011). Jilid 5, h 581

⁴ Yusuf Zainal Abidin, *Pengantar Retorika* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h 127

pendengarnya tidak mengerti kata yang disebut pembicara, mungkin pendengar akan salah dan bingung. *Da'i* harus melibatkan pilihan perilaku, kata dan kalimat yang dianggap tepat dengan mempertimbangkan keadaan pendengar dan pembacanya. Tindakan “memilih” mengandung arti menyisihkan, sehingga terdapat gagasan dan perasaan yang tersembunyi.⁵

Berakar dari sini, perlu adanya penyesuaian terhadap karakteristik mitra dakwah, dengan tujuan menyamakan tata bahasa (gramatikal) dan perspektifnya. Setelah itu, *da'i* akan dengan mudah menyampaikan pesan dakwah kepada mitra dakwah (*mad'u*).

Mad'u adalah manusia yang memiliki pandangan hidup, keyakinan, sistem nilai adat dan kebudayaan yang dibentuk melalui pengalaman, hasil belajar, proses sosial yang telah meresap dalam setiap pribadinya bahkan telah membentuk dan mewujudkan pada perilakunya. Itulah sebabnya dalam dakwah diperlukan etika, agar para *da'i* dapat melakukan dakwahnya secara ma'ruf. *Mad'u* atau penerima dakwah adalah seluruh umat manusia, baik laki-laki ataupun perempuan, tua maupun muda, miskin atau kaya, muslim maupun non muslim, kesemuanya menjadi objek dari kegiatan dakwah Islam ini, semua berhak menerima ajakan dan seruan ke jalan Allah.⁶

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran transformasi mitra dakwah tentang strategi dakwah dalam perspektif ibadah. Tidak sedikit pesan dakwah yang tidak sampai kepada *mad'u* karena *da'i* tidak mampu berkomunikasi secara efektif dan menggunakan berbagai macam bahasa untuk menyampaikan pesan dakwah. Oleh sebab itu dapat mengakibatkan kesalahan pemahaman antara *da'i* dan mitra dakwah (*mad'u*). Sehingga khalayak tidak memahami apa yang disampaikan oleh *da'i*. kemudian minat dan interest khalayak melainkan kesuksesan tersebut dapat dilihat dari pesan yang membekas dalam benak hilang dan komunikasi tidak terjalin. Karena perbedaan bahasa dapat menimbulkan kesulitan lebih jauh daripada sekedar kekeliruan penerjemahan.

PEMBAHASAN

Transformasi Mitra Dakwah Tentang Strategi Dakwah Dalam Perspektif Ibadah

Dakwah Islam sebagai upaya mengajak dan membimbing manusia ke jalan kebaikan dan ketakwaan dihadapkan kepada berbagai problema kehidupan manusia yang semakin kompleks. Berbagai kasus kemanusiaan yang timbul berkaitan dengan aspek psikologis, sosial politik, ekonomi dan budaya.

Kata transformasi berarti perubahan rupa (bentuk, sifat, dan sebagainya) sementara dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang bermakna seruan,

⁵ Baca *Menafsirkan Kehendak Tuhan* karya Komarudin hidayat h. 3, lebih lengkap tentang hal ini, lihat Aart van Zoest, *Fiksi dan Nonfiksi Dalam Kajian Semiotik* (Jakarta: Intermasa, 1991) h. 1

⁶ Fathul Bahri, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i*, (Jakarta: Amzah, 2008), h. 230

panggilan, undangan, atau doa dan juga merupakan serangkaian perjuangan keagamaan yang selalu berkaitan dengan aktivitas menajerial (amaliyyah al idariyyah) secara profesional untuk memengaruhi, mengajak, dan menuntun manusia menuju kebenaran Islam Secara bahasa, dakwah bisa berarti: (1) memanggil, (2) menyeru, (3) menegaskan atau membela sesuatu (4) perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu, serta (5) memohon atau meminta.

Islam memberikan sumbangsih besar pada paradigma berpikir. Muslim sebagai penyampai ajaran islam harus berperan aktif dalam menyebarkan ajaran-ajaran Islam. Dalam pembagiannya, masyarakat muslim (*muslimin*) terbagi dalam al-Qur'an dan sudah dijelaskan bahwa pembagian ini menitik beratkan pada konteks ibadah. Ibadah merupakan perbuatan untuk berbakti kepada Allah swt, yang bertendensi pada ketaatan perintah dan menjauhi larangan.⁷ tepatnya dalam surat al-Fatir ayat 32 yang berbunyi:

ثُمَّ أَوْرَثْنَا الْكِتَابَ الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا فَمِنْهُمْ ظَالِمٌ لِّنَفْسِهِ وَمِنْهُمْ مُّقْتَصِدٌ وَمِنْهُمْ سَابِقٌ بِالْخَيْرَاتِ إِذِنَ اللَّهُ ذَلِكَ هُوَ الْفَضْلُ الْكَبِيرُ

Artinya: *Kemudian Kitab itu Kami wariskan kepada orang-orang yang Kami pilih di antara hamba-hamba Kami, lalu di antara mereka ada yang menganiaya diri mereka sendiri dan di antara mereka ada yang pertengahan dan diantara mereka ada (pula) yang lebih dahulu berbuat kebaikan dengan izin Allah. Yang demikian itu adalah karunia yang amat besar.*⁸

Dalam Al-Qur'an dan terjemahannya yang diterbitkan Al-Juma-natul 'Ali (2005:439) dijelaskan yang dimaksud dengan orang yang menganiaya dirinya sendiri ialah orang yang lebih banyak kesalahannya daripada kebaikannya, dan yang pertengahan ialah orang yang kebaikannya berbanding dengan kesalahannya, sedangkan yang dimaksud dengan orang-orang yang lebih dahulu dalam berbuat kebaikan ialah orang-orang yang kebaikannya amat banyak dan amat jarang berbuat kesalahan.

Menurut Ibnu Katsir (1997,III:577), ayat tersebut menerangkan keadaan umat Nabi Muhammad SAW. Mereka terbagi menjadi tiga macam, yaitu :

1. Umat yang menganiaya diri mereka sendiri (*dhalimun linafsih*), yakni mereka hanya melaksanakan sebagian kewajiban serta melaksanakan sebagian hal yang diharamkan. Ini adalah tingkatan umat Nabi SAW yang terendah.
2. Tingkatan di atasnya adalah mereka yang melaksanakan kewajiban agama serta meninggalkan hal yang dilarang agama, namun mereka jarang melakukan hal yang dianjurkan (*sunnah*) dan kadang-kadang melakukan hal yang dianjurkan untuk di jauhi (*makruh*). Ini yang dimaksud dengan mereka yang ada di pertengahan (*muqtashid*).

⁷ KBBI V ios-1.4 (15), Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia, 2018

⁸ Diterjemahkan menggunakan Quranesia versi aplikasi 2.80

3. Tingkatan yang tertinggi adalah mereka yang lebih dahulu berbuat kebaikan (*saabiqun bi al-khairat*). Mereka sangat tekun melakukan kewajiban dan sunnah-sunnah serta meninggalkan hal-hal yang dilarang dan dimakruhkan.⁹
4. Dari pemaparan di atas, penulis membuat penyamaan antara makna teks dan konteks ibadah dari berbagai tipologi masyarakat islam. Pertama, muslim (*dhalimun linafsih*) menjadi masyarakat abangan. Dalam segi karakteristiknya, masyarakat abangan cenderung melakukan tanpa mengetahui makna dasar, yaitu masih tergantung dengan pengetahuan orang lain. Kedua, muslim (*muqtashid*) menjadi priyayi. Dari segi karakteristik, priyayi dan *muqtashid* intinya hampir sama yaitu lebih berpendidikan(umum), hal ini akan melatarbelakangi perilaku dalam melaksanakan sesuatu, walaupun dengan “tidak ajek-tidak tetap”. Ketiga, muslim (*saabiqun bi al-khairat*) menjadi santri, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), santri adalah orang yang mendalami Islam, orang yang beribadah dengan sungguh-sungguh; orang yang saleh.¹⁰ Karakteristik yang dipaparkan oleh Ibn Katsir hampir sama dengan kata “santri”. Hal ini yang melatarbelakangi penulis dalam menyamakan perspektif tipologi tersebut.

Dalam konteks budaya, tipologi tersebut mempunyai penyamaan-penyamaan, hanya secara tekstual perbedaan mencolok ketika disandingkan dengan bahasa atau struktur kata. Budaya memainkan perannya di tatanan masyarakat, lewat sebuah kebiasaan yang seiring dipakai manusia. Clifford Geertz menemukan sub-sub dari kebudayaan Islam khususnya di Jawa. Dalam bukunya dijelaskan bahwa tipologi pola pekerjaan yang terkristalisasi mencerminkan dasar organisasi sistem ekonomi, yang darinya tipologi ini dihasilkan. Demikian juga penggolongan penduduk menurut pandangan mereka—menurut kepercayaan agama, preferensi etis dan ideologi politik. Tiga tipe kebudayaan ini adalah abangan, santri dan priyayi.¹¹ Bagian-bagian ini sebagai pemisah atau pengelompokkan tingkah dan kebiasaan masyarakat Islam Jawa. Dalam pandangannya dijelaskan sebagai berikut:

a. Abangan

Abangan, yang merepresentasikan penekanan pada aspek animistis dari sinkretisme Jawa yang serba melingkupi dan secara luas terkait dengan elemen petani. Tradisi keagamaan abangan, yang terutama sekali terdiri atas pesta keupacaraan yang disebut *slametan*, kepercayaan yang luas dan kompleks terhadap makhluk halus serta serangkaian teori dan praktik pengobatan, sihir serta magic, adalah subvarian pertama dalam sistem keagamaan umum orang.¹²

⁹ Mohammad Bayanuny, “Gerbang Menuju Ilmu Dakwah”, kitab aslinya *al-Madkhalu Ila-Ilmi Al-Dakwatu*, Beirut: Risalatul Beirut, 2001, h. 174-175

¹⁰ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, KBBI V (Ios-1.4(15), 2018.

¹¹ Geetz Clifford, *Agama Jawa; Abangan, Santri, Priayi Dalam Kebudayaan Jawa* (Depok: Pustaka Jaya, 2014), h. 35

¹² Fathul Bahri, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i*, Jakarta: Amzah, 2008.

Dalam perspektif Kuntowijoyo, orang-orang abangan sebenarnya adalah orang-orang Islam yang juga mempunyai kebiasaan *kenduri*, *slametan*, dan upacara-upacara lain yang mengundang peranan ulama desa atau *modin*.¹³ Jelas bahwa ketergantungan kaum *abangan* kepada *santri* adalah bentuk sub dari ketidaktahuan akan agama. Abangan bisa dikategorikan tidak berpendidikan tinggi, sehingga pengetahuannya akan sesuatu perlu bimbingan.

b. Priyayi

Pada mulanya, priyai hanya merujuk pada kalangan aristokrasi turun-temurun yang oleh Belanda dicomot dengan mudah dari raja-raja Pribumi yang ditaklukkan, untuk kemudian diangkat sebagai pegawai sipil yang digaji. Elite pegawai kerah-putih ini, yang ujung akarnya terletak pada keraton Hindu-Jawa sebelum masa kolonial, memelihara serta mengembangkan etiket keraton yang sangat halus, sebuah seni tari, sandiwara, musik dan puisi, yang sangat kompleks dan mistisisme Hindu-Buddha. Mereka tidak menekankan elemen animistis dari sinkretisme Jawa yang serba melingkupi seperti kaum abangan, tetapi tidak pula menekankan elemen Islam sebagaimana kaum santri, melainkan menitikberatkan pada elemen Hinduisme,¹⁴

Menjelang akhir abad ke sembilan belas muncullah suatu kelas sosial baru, yaitu para pejabat pemerintahan kaum *priayi*. Kaum *priayi* diambil dari kelas terpelajar yang didasarkan atas persyaratan rasional, bukan keturunan.¹⁵ Tetapi sebelumnya, pemerintah Belanda sengaja mempersiapkan anak-anak ningrat untuk menjabat posisi administratif. Selain pendidikan dalam sekolah umum yang didirikan Belanda, anak-anak ningrat juga juga dikirim ke sekolah-sekolah untuk anak-anak Belanda. Mereka diberi hak-hak untuk memperoleh pendidikan tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa kaum priyai adalah kelas ningrat yang terpelajar dan sebagai persiapan menjadi birokrat. Apabila kita analogikan dengan zaman sekarang, kaum *priayi* adalah pegawai tinggi di pemerintahan, yang secara langsung berpengaruh besar dalam kehidupan bermasyarakat.

c. Santri

Islam yang lebih murni itu merupakan subtradisi yang disebut santri. Walaupun dengan cara yang umum dan luas, subvarian santri ini dipertautkan dengan elemen dagang orang Jawa, ia tidak hanya berlaku bagi kalangan dagang saja. Demikian juga, tidak semua pedagang betul-betul merupakan pemeluk subvarian itu. Ada elemen santri yang kuat di desa-desa. Mereka seringkali berada di bawah pimpinan para petani yang lebih kaya yang sudah mampu naik haji ke Mekkah dan setelah kembali, mendirikan sekolah-

¹³ Kuntowijoyo, *Radikalisasi Petani*, (Jogjakarta; Yayasan Bentang Budaya, 2002), h. 34

¹⁴ Kahatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah: dari dakwah* Jakarta: Amzah. 2007. h.78

¹⁵ Kuntowijoyo, *Radikalisasi Petani*, (Jogjakarta; Yayasan Bentang Budaya, 2002), h. 104

sekolah agama.¹⁶

Tradisi keagamaan kalangan santri tidak hanya terdiri atas pelaksanaan ritual dasar Islam secara cermat dan teratur—sembahyang, puasa, haji—tetapi juga mencakup seluruh organisasi sosial kederewanan serta politik Islam.¹⁷ Dalam pandangan di atas, baik kaum *abangan* dan *santri* masih menganut budaya tradisional.¹⁸ Perbedaan yang signifikan terlihat pada penerapan ajaran Islam tersebut. Bahwa *santri* menifestasikannya dengan ketaatan penuh dengan dibarengi pengetahuan yang cukup akan agama.

Perlu digarisbawahi bahwa pemakaian perspektif Geertz di atas adalah pengelompokan yang bertujuan mempermudah dalam menentukan karakteristik *mad'u* dalam konteks ibadah agar lebih mudah mengklasifikasikan penerapan dakwah secara lebih efektif. Hal ini bukan untuk mengkotak-kotakkan Islam, malah sebagai penekanan dan keefektifan pesan apa yang akan disampaikan dalam dakwah.

Selanjutnya, sesudah mengetahui karakteristik *mad'u*. Pendakwah perlu menekankan pesan (materi dakwah) yang akan disampaikan, perlu pertimbangan yang mendalam. Karena proses yang baik juga akan memberikan *feedback* yang baik pula.

Bentuk dan Strategi Dakwah dalam Meningkatkan Pemahaman

Apabila seseorang kehilangan indra agamanya, karena suatu sebab atau cacat fitrahnya, niscaya hilang pulalah fungsi dan pengaruhnya sehingga ia tidak dapat percaya dan menanggapi apa yang dihasilkan oleh indra itu. Dakwah Islam bertugas memfungsikan kembali indra keagamaan manusia yang memang telah menjadi fikri asalnya, agar mereka dapat menghayati tujuan hidup yang sebenarnya untuk berbakti kepada Allah.

Strategi dakwah adalah suatu cara atau tehnik menentukan langkah-langkah kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Langkahlangkah tersebut disusun secara rapi, dengan perencanaan yang baik yaitu: (1) memperjelas secara gamblang sasaran-sasaran ideal, (2) merumuskan masalah pokok umat Islam, (3) merumuskan isi dakwah, (4) menyusun paket-paket dakwah, (5) evaluasi kegiatan dakwah. Karena itu Strategi Dakwah harus sesuai dengan kondisi masyarakat (*mad'u*) dalam konteks sosio kultural tertentu. Sebab dakwah Islam dilaksanakan dalam kerangka sosio kultural yang sudah sarat dengan nilai, pandangan hidup dan sistem tertentu, bukan nihil budaya.¹⁹

Strategi dakwah sangat erat kaitannya dengan manajemen. Karena orientasi kedua atau istilah tersebut sama-sama mengarah pada sebuah keberhasilan planning yang sudah ditetapkan oleh individu maupun organisasi. Pengertian strategi adalah suatu proses kegiatan managerial yang berdasar dan menyeluruh dalam mendayagunakan sumber daya organisasi untuk mencapai

¹⁶ Hasan Bisri WD, Ilmu Dakwah Pengembangan Masyarakat, Surabaya: Sunan Ampel Press 2016.

¹⁷ Suranto AS, *Komunikasi Sosial Budaya*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

¹⁸ Kuntowijoyo, *Radikalisasi Petani*, (Jogjakarta; Yayasan Bentang Budaya, 2002), h. 32

¹⁹ Andi Dermawan, *Metodologi Ilmu Dakwah*, Jakarta: LESFI, 2002.

tujuan organisasi sesuai dengan visi dan misi yang telah ditentukan. Sedangkan pengertian dakwah sebagaimana dijelaskan terdahulu secara singkat adalah upaya yang dilakukan individu maupun kelompok (kolektif, lembaga, organisasi). Dalam merealisasikan ajaran Islam di tengah-tengah manusia melalui metode- metode tertentu dengan tujuan agar terciptanya kepribadian dan masyarakat yang menerapkan ajaran Islam secara utuh (kaffah) dalam mendapatkan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat, strategi dakwah merupakan metode, siasat, taktik yang harus digunakan dalam aktivitas dakwah.

Pada dasarnya materi dakwah meliputi bidang pengajaran dan akhlak. Bidang pengajaran harus menekankan dua hal. Pertama, pada hal keimanan, ketauhidan sesuai dengan kemampuan pikir objek dakwah. Kedua, mengenai hukum-hukum syar'i seperti wajib, haram, sunnah, makruh dan mubah. Beberapa karakteristik pesan dakwah ialah:

1) Orisinal dari Allah SWT

Orisinal merupakan asli dari sumber yang telah disepakati, bahwa hal tersebut dimaksudkan bahwa pesan dakwah ini benar-benar bersumber dari Allah yaitu Al-Qur'an yang menjadi pedoman bagi manusia.

2) Mudah dan membawa kebaikan

Kemudahan ajaran islam juga menjadi karakter pesan dakwah. Semua perintah islam bisa ditoleransi dan diberi keringanan jika menemui kesulitan dalam pelaksanaannya.

3) Seimbang

Keseimbangan merupakan posisi di tengah-tengah diantara dua kecenderungan. Ketika ada manusia yang diliputi nafsu keserakahn, pasti ada manusia lain yang tertindas. Islam mengatur hal ini dengan kewajiban zakat.

4) Lengkap dan Universal

Karakteristik pesan dakwah selanjutnya adalah universal, artinya mencakup semua bidang kehidupan dengan nilai-nilai mulai yang diterima oleh semua manusia beradab.

5) Masuk akal

Ajaran islam memandang kehidupan manusia secara realistis dengan menempatkan manusia pada kedudukan yang tinggi. Hal ini ditandai dengan dorongan manusia untuk seelalu menggunakan akal pikirannya secara benar. Jikamanusia tidak memanfaatkan akalinya maka ia mudah hanyut dalam kerusakan.²⁰

Materi-materi di atas bila dipersiapkan dengan baik akan memberikan dampak yang sangat baik kepada *mad'u*. Suatu keberhasilan dalam bidang apapun dapat diraih karena adanya persiapan yang baik. Dan di bawah ini adalah hal-hal yang perlu dilakukan dalam mempersiapkan presentasi atau penyajian materi yang bisa digunakan untuk berdakwah:

²⁰Kahatib Pahlawan Kayo, Manajemen Dakwah: dari dakwah konvensional menuju dakwah kontemporer. (Jakarta: Amzah. 2007)

a. Persiapan dan Penguasaan Materi

1. Penguasaan Pokok-pokok Pikiran

Hal utama yang harus dilakukan dalam penguasaan materi adalah mempersiapkan pokok-pokok pikiran yang ingin disampaikan. Poin-poin itu ditulis dalam kerangka karangan.

2. Penjabaran Pokok-pokok Pikiran

Setelah mempersiapkan pokok-pokok pikiran yang akan disampaikan. Langkah selanjutnya adalah menjabarkan pokok-pokok pikiran tersebut menjadi lebih terperinci dan diwujudkan dalam bentuk naskah lengkap dan tinggal menyampaikan.

3. Siapkan Bahan Humor

Humor merupakan salah satu alat komunikasi yang efektif. Melalui humor, anda dapat menyampaikan pesan-pesan ilmiah. Agar suasana tidak kaku, berikan selingan berupahumor segar dan positif di sela-sela menyampaikan pesan.

b. Alat Bantu Presentasi (Penyajian)

Alat bantu penyajian dihadirkan dengan tujuan agar pesan-pesan yang ingin dikomunikasikan kepada audiens atau pembaca lebih jelas. Pemikiran alat bantu penyajian bergantung pada suasana lokasi/tempat seorang pembicara akan melakukan presentasi ilmiah. Ketidaktepatan pemilihan alat bantu akan mengganggu jalannya presentasi (penyajian). Dan juga akan mempengaruhi penilaian kurang baik bagi pembicara.

c. Analisis Bahasa Tubuh

Kontak mata, senyuman, ekspresi wajah, cara berdiri dan gerakan tubuh yang harus anda perhatikan sebelum melakukan presentasi.

d. Percaya Diri

Percaya diri sangat diperlukan ketika seseorang berpresentasi. Dengan memiliki rasa percaya diri, seorang pembicara dapat menyampaikan pesan-pesan dengan lancar.

e. Cara Menanggapi Pertanyaan

Ketika presentasi sudah selesai, tibalah pada sesi tanya jawab. Pada sesi inilah kemampuan anda tentang penguasaan materi diuji oleh audiens.²¹

Komunikasi dakwah yang efektif akan terlaksana bila hal-hal di atas dipertimbangkan. Yang menjadi tujuan diturunkannya agama islam bagi umat manusia, yaitu membuat manusia memiliki kualitas aqidah, ibadah serta akhlak yang tinggi. Lebih spesifik dakwah islam bertujuan bertujuan untuk mengubah sikap mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik atau meningkatkan kualitas iman dan islam secara sadar dan timbul dari kemauan sendiri tanpa merasa terpaksa.²² Jadi tujuan dakwah intinya adalah merubah dari

²¹ Kuntarto Ninik M, *Cermat Dalam Berbahasa Teliti Dalam Berfikir*, (Jakarta:Mitra Wacana Media,2013), h.248-252

²² Hasan Bisri WD, *Ilmu Dakwah Pengembangan Masyarakat*, (Surabaya: Sunan Ampel Press 2016), h.40

buruk ke baik, dari baik ke lebih baik dan seterusnya.

Dalam dakwah sendiri, dijelaskan di atas bahwa agar dakwah bisa secara efektif diterima *mad'u*, maka *feedback* terhadap *mad'u* akan terlihat. Salah satu faktor keberhasilan komunikasi dapat dilihat dari sudut pesan dan hal ini di klasifikasikan menjadi empat yaitu;

- a. Pesan komunikasi perlu dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menumbuhkan perhatian komunikan.
- b. Lambang-lambang yang dipergunakan harus benar-benar dapat dipahami oleh kedua belah pihak, yaitu komunikator dan komunikan.
- c. Pesan-pesan tersebut disampaikan secara jelas dan sesuai dengan kondisi maupun situasi setempat.
- d. Tidak menimbulkan multi interpretasi atau penafsiran yang berlainan.²³

SIMPULAN

Transformasi berarti perubahan rupa (bentuk, sifat, dan sebagainya) sementara dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang bermakna seruan, panggilan, undangan, atau doa dan juga merupakan serangkaian perjuangan keagamaan yang selalu berkaitan dengan aktivitas manajerial (*amaliyyah al idariyyah*) secara profesional untuk memengaruhi, mengajak, dan menuntun manusia menuju kebenaran Islam Secara Bahasa. Strategi dakwah adalah suatu cara atau tehnik menentukan langkah-langkah kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Langkah-langkah tersebut disusun secara rapi, dengan perencanaan yang baik.

Dalam konteks masyarakat Islam, terdapat 3 sub pengelompokan, yaitu *abangan*, *santri*, dan *priayi*. Perlu peneliti tekankan, bahwa dakwah harus melihat konteks yang didakwahi (*mad'u*). Agar lebih efektif dalam menyampaikan dakwah, serta perlu melakukan pendekatan yang jitu.

Dengan mengetahui karakteristiknya *da'i* bisa mengambil inisiatif dalam pemilihan materi dakwah yang akan disampaikan kepada *mad'u*. Materinya harus imbangi dengan konteks yang berbau perdagangan, walaupun materi tersebut diselingi humor, dan seterusnya.

Sebagai keilmuan, dakwah sendiri mempunyai tata cara dalam menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan juga secara signifikan tidak boleh keluar dari Quran dan Hadist. Pada dasarnya materi dakwah meliputi 1. (Orisinil dari Allah swt), 2. Mudah dan membawa kebaikan, 3. Seimbang, 4. Lengkap dan Universal, 5. Masuk akal. Dengan memadukan unsur tata bahasa dan pilihan kata yang baik dengan tujuan agar dakwah lebih efektif dan bisa diterima oleh *mad'u*.

²³ Suranto AS, Komunikasi Sosial Budaya (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.17

DAFTAR PUSTAKA

- Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : Gaya Media Pratama, 1997.
- Wahyu Ilaihi *Komunikasi Dakwah*, Bandung: *PT Remaja Rosdakarya*, 2010.
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya (Edisi Yang Disempurnakan)*, Jakarta: Ikrar Mandiri Abadi, 2011.
- Mohammad Bayanuny, “*Gerbang Menuju Ilmu Dakwah*”, kitab aslinya *al-Madkhalu Ila-Ilmi Al-Dakwatu*, Beirut: Risalatul Beirut, 2001.
- Andi Dermawan, *Metodologi Ilmu Dakwah*, Jakarta: LESFI, 2002.
- Yusuf Zainal Abidin, *Pengantar Retorika*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Ali. Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: KENCANA Prenada Media Grup, 2004.
- Ernest G.Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu*, Jakarta: Erlangga, 1990.
Menafsirkan Kehendak Tuhan karya Komarudin hidayat h. 3, lebih lengkap tentang hal ini, lihat Aart van Zoest, *Fiksi dan Nonfiksi Dalam Kajian Semiotik*, Jakarta: Intermasa, 1991.
- Fathul Bahri, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i*, Jakarta: Amzah, 2008.
- Geetz Clifford, *Agama Jawa; Abangan, Santri, Priayi Dalam Kebudayaan Jawa*, Depok: Pustaka Jaya, 2014.
- Kuntowijoyo, *Radikalisasi Petani*, Jogjakarta; Yayasan Bentang Budaya, 2002.
- Kahatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah: dari dakwah konvensional menuju dakwah kontemporer*, Jakarta: Amzah. 2007.
- Kuntarto Ninik M, *Cermat Dalam Berbahasa Teliti Dalam Berfikir*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
- Hasan Bisri WD, *Ilmu Dakwah Pengembangan Masyarakat*, Surabaya: Sunan Ampel Press 2016.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, KBBI V (Ios-1.4(15), 2018.
- Suranto AS, *Komunikasi Sosial Budaya*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.