

Strategi Komunikasi Islam Dalam Konteks Dakwah

Jumriah Komala Sari, M. Abzar Duraesa, Muhammad Tahir, Sitti Syahar Inayah

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia

Email: jumriahkomalasari.98@gmail.com, mtahir08@yahoo.co.id, sittisyaharinayah@gmail.com

Article Information

Submitted: 18

October 2024

Accepted: 30

October 2024

Online Publish: 30

October 2024

Abstrak

Komunikasi berperan penting dalam aspek kehidupan, baik dalam menciptakan interaksi sosial juga interaksi interpersonal. Salah satu bentuk interaksi sosial adalah berdakwah. Sebagaimana Islam mengharuskan pengikutnya untuk menyebarkan (mendakwahkan) ajaran Islam. Dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah tentunya diperlukan komunikasi yang baik agar pesan dakwah yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik pula oleh khalyak. Dalam analisis penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (library research) yang hasilnya dijabarkan dalam bentuk deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, didapatkan beberapa strategi yang dapat digunakan khususnya, tiga strategi sentimen, nalar, dan akal sehat. Taktik lainnya termasuk berinovasi, menggunakan strategi multikultural, dan memanfaatkan pendekatan yang berfokus pada generasi milenial

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Dakwah, Pendekatan Multikultural*

Abstract

Communication plays an important role in aspects of life, both in creating social interactions and interpersonal interactions. One form of social interaction is preaching. As Islam requires its followers to spread (preach) Islamic teachings. In conveying da'wah messages, of course good communication is needed so that the da'wah message you want to convey can be well received by the audience. In this research analysis, library research methods are used, the results of which are described in descriptive form using a qualitative approach. Based on the research conducted, several strategies were obtained that can be used, in particular, the three strategies of sentiment, reason and common sense. Other tactics include innovating, using multicultural strategies, and utilizing a millennial-focused approach.

Keywords: *Communication Strategy, Da'wah, Multicultural Approach*

Pendahuluan

Mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam. Besarnya jumlah masyarakat muslim ini nyatanya menjadi tantangan tersendiri dalam proses dakwah. Namun demikian ternyata besarnya jumlah masyarakat muslim di Indonesia tidak selalu diiringi dengan kualitas yang memadai (Masruroh, 2020). Misalnya banyak yang identitasnya sebagai orang Islam tetapi dalam perilaku sehari-harinya tidak mencerminkan nilai-nilai Islam.

Peran seorang pendakwah sangat penting dalam menyebarkan syiar-syiar agama Islam. Dakwah merupakan Panggilan untuk bertindak atau upaya untuk mengubah status quo demi jalan yang lebih ideal dan menguntungkan bagi setiap individu maupun masyarakat secara keseluruhan dikenal sebagai dakwah. Dalam bentuknya yang paling umum, dakwah tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pemahaman agama dalam perilaku dan perspektif hidup, tetapi juga untuk menjangkau khalayak yang lebih luas (Syamsuriah, 2020). Di era

perkembangan teknologi saat ini seorang pendakwah harus mampu menjawab tantangan zaman. Dakwah harus mengikuti perkembangan zaman misalnya menggunakan media dan teknologi kekinian. Seorang pendakwah harus bisa melihat peluang dan memanfaatkan teknologi guna memperluas jangkauan sasaran dakwah.

Islam mengharuskan pengikutnya untuk menyebarkan (mendakwahkan) ajaran Islam kepada seluruh manusia (Duraesa, 2021). Para pendakwah memiliki dilema dalam tren masyarakat yang cenderung mencari jawaban atas tantangan hidup dan isu-isu terkini melalui ajaran Islam. Dalam konteks ini, seorang pendakwah perlu menyampaikan ajaran Islam dengan logis dan memberikan tafsir kritis sebagai tanggapan terhadap nilai-nilai yang diperoleh melalui berbagai media dan informasi global, yang semakin memiliki pengaruh besar di seluruh dunia. Oleh karena itu, dakwah perlu disampaikan dengan cara yang mampu menggoyahkan opini publik dan membuatnya percaya bahwa ajaran Islam lebih penting daripada nilai-nilai lainnya.

Dakwah harus mampu menggambarkan Islam sebagai perwujudan rahmat bagi seluruh alam (rahmat lil 'alamin). Oleh karena itu, dakwah berfungsi sebagai alat penyelesaian masalah umat karena ia menyebarkan pengetahuan tentang prinsip-prinsip Islam, yang meliputi dan berfungsi sebagai kontrol sosial, pendidikan, dan kritik (Munir, 2021).

Dalam menciptakan hubungan sosial dan interaksi antarpribadi, komunikasi sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan kita. Ada banyak cara untuk berkomunikasi, termasuk komunikasi massa, komunikasi kelompok, komunikasi antarpribadi, atau komunikasi antar individu. menunjukkan berbagai skenario komunikasi yang dapat terjadi, termasuk konteks dakwah. Komunikasi Islam adalah peristiwa komunikasi di mana komunikator menyampaikan pesan-pesan yang didasarkan pada ajaran Islam (da'i, ustadz, mubaligh, kiai, dan sebagainya) menggunakan metode dan strategi tertentu untuk berkomunikasi secara verbal dan nonverbal dengan komunikan (individu, jemaat, kelompok, orang, atau masyarakat luas) tentang ajaran Islam (Ismail, Duraesa, Wijaya, & Inayah, 2024).

Komunikasi yang efektif sangat penting dalam menyampaikan pesan dakwah agar dapat dipahami dan diterima oleh audiens. Komunikasi Islam merupakan proses penerapan prinsip-prinsip komunikasi yang sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Gagasan yang ingin disampaikan adalah bahwa komunikasi haruslah baik secara keseluruhan, baik dari segi isi maupun gaya penyampaiannya, dan juga harus berpegang teguh pada slogan Islam rahmatan lil 'alamin. Agama harus disebarkan semaksimal mungkin agar masyarakat dapat menerima inisiatif dakwah dengan sukarela dan sadar—bukan melalui tekanan. Oleh karena itu, tujuan esai ini adalah untuk mengeksplorasi taktik komunikasi yang digunakan dalam kaitannya dengan dakwah yang disampaikan.

Metode

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan. Menurut Abdul Rahman Sholeh, penelitian kepustakaan merupakan salah satu jenis penelitian yang sumber datanya berupa buku, majalah, dokumen, catatan sejarah, cerita, atau penelitian lain yang relevan dengan pokok bahasan penelitian yang dikumpulkan melalui sumber pustaka (Mahmud, 2011).

Tulisan ini menggunakan library research karena bahan-bahan penelitian didapat dari buku, jurnal, makalah, dan bahan-bahan lainnya yang kemudian di review sesuai dengan kebutuhan data penelitian. Ada beberapa tahapan yang ahrus dilakukan dalam penelitian kepustakaan: Mengumpulkan bahan-bahan penelitian yang relevan dari berbagai publikasi, buku, dan laporan penelitian lainnya; Meneliti sumber-sumber untuk penelitian. Tujuannya adalah untuk menyelidiki dan memahami secara mendalam guna menghasilkan konsep-konsep baru yang terkait dengan penelitian; Mencatat. Setelah membaca dan menganalisis,

bahan-bahan tersebut diolah untuk menghasilkan temuan, yang selanjutnya dituangkan dalam sebuah laporan penelitian. Tulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif (Rukin, 2019).

Hasil dan Pembahasan

1. Pengertian Dakwah

Dakwah merujuk pada aktivitas mengajak atau menyeru orang lain kepada kebaikan, khususnya dalam hal ajaran agama Islam. Tujuannya adalah menyampaikan pesan Islam agar orang yang diajak dapat mengenal, memahami, dan mengamalkan ajaran tersebut (Aziz, 2017).

Dalam Al-Qur'an, dakwah memiliki banyak penafsiran, di antaranya: Pertama, dakwah mengundang atau memanggil, baik kepada kebaikan maupun keburukan, yang dapat mengarahkan seseorang ke jalan menuju surga atau neraka. Makna ini paling sering muncul dalam ayat-ayat Al-Qur'an, dengan penekanan yang lebih banyak pada ajakan menuju keimanan. Kedua, dakwah juga dapat berarti mengundang, sebagaimana yang dijelaskan dalam surah al-Qasas (28) ayat 25, ketika salah seorang wanita datang kepada Musa dan berkata, "Ayahku mengundangmu untuk membalas kebaikanmu karena telah membantu kami memberi minum ternak." Ketiga, dakwah juga bermakna memanggil, seperti yang disebutkan dalam surah ar-Ruum (30) ayat 25, Dijelaskan bagaimana Allah pada Hari Kiamat akan memanggil orang-orang dari kubur mereka dengan satu panggilan."Sementara itu beberapa ahli juga mendefinisikan dakwah sebagai berikut: Menurut Setiap usaha baik secara lisan maupun tertulis untuk mengajak, mengajak, dan mengajak orang lain agar beriman dan menaati Allah SWT sesuai dengan ajaran agama Islam, syariat, dan nilai-nilai Islam dikenal dengan Dakwah Nasarudin Latif.

Dakwah, menurut Masdar Helmy, adalah usaha untuk menggugah dan menggerakkan manusia agar menaati ajaran Allah SWT, khususnya dalam melakukan amar ma'ruf nahi munkar, dengan tujuan mewujudkan kedamaian di dunia dan akhirat.

Sedangkan menurut Quraish Shihab, dakwah adalah usaha untuk mengubah keadaan yang kurang menguntungkan menjadi lebih baik bagi individu dan masyarakat secara umum.

Ali Makhfudh menyatakan bahwa dakwah yaitu menyeru manusia untuk berbuat baik, berpegang teguh pada ajaran Islam, dan menjauhkan mereka dari keburukan agar mereka memperoleh ketentraman di dunia dan akhirat.

Definisi tersebut mengarah pada kesimpulan bahwa dakwah Islam dapat diperluas mencakup proses mengajak manusia untuk kembali kepada jalan Allah secara lisan, tertulis, dan melalui perbuatan. Hal ini merupakan upaya umat Islam untuk mengaktualisasikan ajaran Islam dalam kehidupan individu, kelompok, dan jamaah dalam segala aspek kehidupan berjemaah sehingga terwujud kemaslahatan umat (Nur, 2011).

2. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah rencana atau pendekatan yang terstruktur dan terarah dalam menyampaikan pesan kepada audiens tertentu, dengan tujuan untuk mencapai hasil atau tujuan komunikasi yang diinginkan. Strategi ini melibatkan pemilihan cara, media, dan metode komunikasi yang paling efektif kepada audiens.

Menurut Arifin Anwar, membuat rencana komunikasi melibatkan dua elemen penting. Pertama, pastikan siapa target audiensnya. Seorang komunikator perlu mengetahui siapa target audiens untuk pesan yang hendak disampaikan. Bagi seorang komunikator, ini adalah langkah pertama untuk memastikan percakapan berjalan lancar. Menyusun pesan yang menarik adalah langkah kedua. Pesan yang menarik akan menarik minat audiens dan membantu pesan yang ingin disampaikan tersampaikan secara efektif.

Tujuan utama strategi komunikasi diuraikan oleh R. Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet dalam buku mereka *Techniques for Effective Communication*. Memastikan komunikan memahami pesan yang mereka terima adalah langkah pertama dalam rencana komunikasi. Setelah komunikator memahami, penerima perlu diarahkan agar pesan dipahami dan diakui sebagai salah satu metode yang tepat (untuk membangun penerimaan). Selanjutnya, tujuan kegiatan komunikasi adalah untuk menginspirasi modifikasi perilaku (untuk menginspirasi tindakan). Oleh karena itu, seluruh perencanaan adalah strategi komunikasi. dari pengembangan pengetahuan, sikap, dan perubahan perilaku yang sistematis dan menyeluruh (Asriwati., 2022).

3. Strategi Komunikasi dalam Konteks Dakwah

Dalam menyusun rencana komunikasi untuk dakwah, unsur-unsur utama komunikasi harus diperhatikan, khususnya komunikator yang berperan sebagai da'i. Keberhasilan komunikasi dakwah sangat dipengaruhi oleh peran komunikator sebagai da'i, selain keterampilan komunikasinya. Tujuan da'i adalah menyampaikan pikiran dan perasaannya kepada komunikan melalui pesan sehingga mereka dapat memahami dan mengubah perilaku, sikap, dan pendapat mereka (Mubasyaroh, 2017).

Halimatus Sakdiyah, dalam jurnalnya yang berjudul *Urgensi Interpersonal Skill dalam Dakwah Persuasif*, membahas pentingnya keterampilan interpersonal dalam konteks dakwah. Keterampilan interpersonal, menurutnya, mencakup kemampuan membangun hubungan sosial, bekerja sama, mendengarkan, dan berkomunikasi dengan orang lain. Hal ini penting dalam dakwah karena pendekatan persuasif memerlukan kemampuan untuk memengaruhi orang lain secara efektif tanpa paksaan (Sakdiyah, 2016).

Dakwah yang menyentuh hati dan menggugah emosi dan batin pembicara atau pendengar dikenal sebagai teknik sentimental. Taktik ini mengembangkan sejumlah teknik dakwah, seperti menawarkan nasihat yang luar biasa, melakukan panggilan telepon yang lembut, atau memberikan bantuan yang berkualitas. Taktik ini membuat orang mulia merasa dihormati dan orang lemah merasa dihargai.

Dakwah menggunakan berbagai teknik yang menekankan sisi rasional dikenal sebagai strategi rasional. Komunikator didorong untuk mempertimbangkan, merenungkan, dan membuat catatan saat menggunakan teknik ini. Beberapa teknik strategi rasional meliputi penerapan hukum logika, dialog, atau penyajian contoh dan data historis.

Berdasarkan hasil penelitian lebih lanjut, ada beberapa teknik komunikasi yang dapat digunakan dalam berdakwah, antara lain (Marfu'ah, 2018):

Pertama, dengan melakukan invensi. Kegiatan dakwah harus bersifat inovatif, seiring dengan berkembangnya teknologi dan media informasi. Tidak cukup hanya berdakwah secara dogmatis yang hanya menonjolkan satu kebenaran saja. Dakwah harus mampu tampil dengan tampilan baru yang menonjolkan kebenaran universal.

Strategi yang kedua dapat diterapkan dengan strategi multikultural. Untuk menjalankan strategi ini, diperlukan titik temu antara keberagaman dan toleransi terhadap perbedaan. Taktik ini dinilai mampu memengaruhi sasaran dakwah di tengah masyarakat Indonesia yang multikultural.

Ketiga, metode ini dilaksanakan dengan memperhatikan kritik masyarakat masa kini melalui pendekatan kepada generasi milenial. Seorang pendakwah harus mampu menyampaikan ilmu yang sesuai dan sejalan dengan tuntutan masyarakat (Estuningtyas, 2021).

Kesimpulan

Kesimpulan menggambarkan jawaban dari hipotesis dan/atau tujuan penelitian atau

temuan ilmiah yang diperoleh. Kesimpulan bukan berisi perulangan dari hasil dan pembahasan, tetapi lebih kepada ringkasan hasil temuan seperti yang diharapkan di tujuan atau hipotesis. Bila perlu, di bagian akhir kesimpulan dapat juga dituliskan hal-hal yang akan dilakukan terkait dengan gagasan selanjutnya dari penelitian tersebut.

BIBLIOGRAFI

- Asriwati. (2022). *Strategi Komunikasi Yang Efektif: Communication for Behavioral Impact (Combi) Dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue*. Syiah Kuala University Press.
- Aziz, Moh Ali. (2017). Ilmu Dakwah Edisi Revisi. ed. *Irvan Fahmi*. Jakarta: Kencana.
- Duraesa, M. Abzar. (2021). *Kemiskinan di Indonesia: Antara Kajian Empiris dan Teologis*. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Estuningtyas, Retna Dwi. (2021). Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(1), 75–86.
- Ismail, Ismail, Duraesa, M. Abzar, Wijaya, Ida Suryani, & Inayah, Sitti Syahar. (2024). Analisis Bentuk-Bentuk Komunikasi Islam: Tradisi, Inovasi, dan Dampaknya dalam Masyarakat Kontemporer. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 5(1), 140–147.
- Mahmud. (2011). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: alfabeta.
- Marfu'ah, Usfiyatul. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural. *Islamic Communication Journal*, 2(2), 147. <https://doi.org/10.21580/icj.2017.2.2.2166>
- Masruroh, Lina. (2020). *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.
- Mubasyaroh, Mubasyaroh. (2017). Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 311–324.
- Munir, Muhammad. (2021). *Manajemen dakwah*. Prenada Media.
- Nur, Dalinur M. (2011). Dakwah Teori, Definisi Dan Macamnya. *Wardah*, 12(2), 135–141.
- Rukin, S. Pd. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sakdiah, Halimatus. (2016). Komunikasi interpersonal sebagai strategi dakwah rasulullah (perspektif psikologi). *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 15(30), 1–13.
- Syamsuriah, Syamsuriah. (2020). Tantangan Dakwah di Era Milenial. *Jurnal Ilmiah Islamic Resources*, 16(2), 164–174.

Copyright holder:

Jumriah Komala Sari, M. Abzar Duraesa, Muhammad Tahir, Sitti Syahar Inayah (2024)

First publication right:

Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan

This article is licensed under:

Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

