

DAKWAH KULTURAL: MANAJEMEN DAKWAH, PEMETAAN DAN STRATEGI DAKWAH¹

Oleh : Fathurrohman²

Pendahuluan

Dakwah amar ma'ruf nahi munkar secara praktis telah berlangsung sejak adanya interaksi antara Allah dengan hambaNya (periode Nabi Adam AS), dan akan berakhir bersamaan dengan berakhirnya kehidupan di dunia ini. Da'wah Islam sebagai wujud menyeru dan membawa umat manusia ke jalan Allah pada dasarnya harus dimulai dari orang-orang Islam sebagai pelaku da'wah itu sendiri (*ibda binafsika*) sebelum berda'wah kepada orang/pihak lain sesuai dengan seruan Allah: "*Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari siksa neraka....*"(surat a Tahrim/66:6. Upaya mewujudkan Islam dalam kehidupan dilakukan melalui da'wah dengan cara mengajak kepada kebaikan (*amar ma'ruf*), mencegah kemunkaran (*nahyu munkar*), dan mengajak untuk beriman (*tu'minuna billah*) guna terwujudnya umat yang sebaik baiknya atau *khairu ummah* (Q.S. Ali Imran/3: 104).

Secara garis besar, dakwah adalah kegiatan yang berorientasi masa depan dan kemanusiaan, baik dekat atau amat jauh yaitu akhirat. Orientasi kemanusiaan dilakukan dengan mengembangkan kehidupan ke arah kesejahteraan mental rohaniyah, sosio-politik dan ekonomi. Upaya ini didasarkan kondisi riil kampus atau kehidupan orang dan masyarakat yang berbeda-beda dalam realitas budaya yang meluas. Sayangnya, dakwah sering terlepas dari kebutuhan riil manusia yang semestinya menjadi dasar. Kegiatan dakwah seharusnya dikembangkan berdasarkan pengkajian secara mendetail tentang suatu komunitas yang akan di jadikan sebagai objek dakwah (mad'u).

Sistematika Dakwah

Kurang berhasilnya gerakan dakwah pada umumnya disebabkan oleh lemahnya sub sistem dakwah secara menyeluruh. Agar lebih efektifnya gerakan dakwah, maka langkah awal yang harus dilakukan adalah membangun keseluruhan sub sistem dakwah secara keseluruhan. Berikut ini akan diuraikan secara global sub sistem dakwah:

¹ Disampaikan dalam acara Up Grading PK IMM UGM, di Yogyakarta 27 April 2008

² Staf pengajar Fakultas Ilmu Pendidikan UNY dan anggota Majelis Pendidikan Kader PP Muhammadiyah

1. Subjek Dakwah (da'i)

Da'i adalah setiap orang yang mengajak, memerintahkan orang di jalan Allah, atau mengajak orang untuk memahami dan mengamalkan Al-Quran dan As-Sunnah. Berhasil tidaknya gerakan dakwah di tentukan oleh kompetensi da'i, yaitu kompetensi substantif dan kompetensi metodologis.

a. Kompetensi substantif.

- Memahami agama Islam secara komprehensi, tepat dan benar
- Memiliki akhlakul karimah, hal ini terlihat dalam seluruh aspek kehidupannya yang senantiasa bersifat *shiddiq*, amanah, sabar, tawaddu', adil, lemah lembut dan selalu ingin meningkatkan kualitas ibadahnya.
- Mengetahui perkembangan ilmu pengetahuan secara luas.
- Memahami hakekat dakwah. Yaitu mengadakan perubahan sesuai dengan Al-Quran dan Al-hadits.
- Mencintai objek dakwah (mad'u) dengan tulus.
- Mengenal kondisi lingkungan dengan baik.
- Memiliki kejujuran dan rasa ikhlas

b. Kompetensi metodologis.

- Da'i harus mampu mengidentifikasi permasalahan dakwah yang dihadapi, yaitu mampu mendiagnosa dan menemukan kondisi objektif permasalahan yang dihadapi oleh objek dakwah
- Da'i harus mampu mencari dan mendapatkan informasi mengenai ciri-ciri objektif dakwah serta kondisi lingkungannya
- Berdasarkan kedua hal di atas, da'i harus mampu menyusun langkah-langkah perencanaan bagi kegiatan dakwah yang dilakukan.
- Merelaisasikan perencanaan.

2. Objek Dakwah (Mad'u)

Objek dakwah adalah orang yang menjadi sasaran dakwah, yaitu semua manusia, sebagaimana dalam firman Allah Surat As-saba'34:28,

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَئِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٢٨﴾

Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahu.

Berdasarkan ayat di atas, dapat difahami bahwa objek dakwah atau sasaran dakwah secara umum adalah seluruh manusia. Kalau yang menjadi sasaran dakwah adalah semua orang, sudah barang tentu yang harus dilihat dan sekaligus dipertimbangkan adalah jenis atau kelompok masyarakat tersebut, baik dilihat dari segi tingkat pendidikan, ekonomi, sistem sosial, kedudukan, usia, dll. Setelah kondisi masyarakat sasaran dakwah diketahui dengan rinci, materi dan pendekatan dakwah tidak perlu selalu sama. Pemetaan, pemilahan, penentuan skala prioritas di dalam pelaksanaan dakwah itulah yang harus menjadi topik pembahasana para pelaku dakwah sebelum terjun langsung kepada sasaran. Dengan demikian, strategi dan metode dakwah menjadi hal yang tidak boleh di abaikan. Berdakwah kepada kelompok pendidikan tinggi (mahasiswa) tentu harus tidak sama strategi, metode, dan pilihan materinya dengan kalau dakwahnya disampaikan kepada para lulusan SD atau tidak berpendidikan.

3. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah sifatnya bertahap, hal ini disesuaikan dengan heteroginitas objek dakwah dan perbedaan-perbedaan problematika yang dihadapi oleh objek dakwah. Sebagai contoh adalah objek dakwah yang beragama islam tapi belum memahami ajaran islam tentang sholat, maka tujuan dakwah adalah agar mad'u mengetahui sholat dan tata cara pelaksanaannya. Sehingga tujuan dakwah itu disesuaikan dengan keutuhan mad'u walaupun sebenarnya tujuan umumnya adalah agar manusia memahami ajaran islam, dan melaksanakan perintah Allah dan menjauhi laranganNya.

4. Materi Dakwah

Allah Swt telah memberi petunjuk tentang materi dakwah yang harus disampaikan. Sebagaimana dalam firman Allah Q.S Ali-Imran/3: 104

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.

Dalam ayat tersebut yang dimaksud al-khair adalah nilai-nilai universal yang diajarkan oleh Alquran dan Alhadits. Al-khair menurut Rasulullah sebagaimana dikemukakan oleh ibn katsir dalam tafsirnya adalah mengikuti alquran dan sunnah. Sedangkan al ma'ruf adalah sesuatu yang baik menurut pandangan umum suatu masyarakat selama sejalan dengan al-khair

5. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara mencapai tujuan dakwah. Untuk mendapatkan gambaran tentang metode dakwah harus mencermati firman Allah Q.S An-Nahl/16: 125

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Dari ayat di atas dapat di fahami prinsip umum metode dakwah yaitu dengan metode , metode , metode

Dan dalam hadits riwayat muslim juga dijelaskan tentang prinsip metode dakwah yang artinya: siapa diantara kamu melihat kemunkaran, maka rubahlah dengan tanganmu, jika tidak mampu, maka rubahlah dengan lisanmu, jika tidak mampu maka rubahlah dengan hatimu, dan yang terakhir inilah selemah-lemah iman.

6. Sarana Dakwah

Sarana dakwah yang baik, strategis dan memadai menjadi salah satu faktor yang turut menentukan keberhasilan dakwah islam, sarana yang dimaksud antara lain adalah masjid, musholla, kampus, sekolah, perpustakaan, kantor, dll

7. Media Dakwah

Media adalah alat yang menjadi saluran penghubung ide dengan umat. Kemajuan teknologi informasi dan arus globalisasi sekarang ini mengharuskan para da'i menguasainya guna menentukan efektifitas dakwah.

8. Dana Dakwah

Dana adalah salah satu faktor yang sangat menentukan kelancaran dan efektifitas kegiatan dakwah. Gerakan dakwah harus memikirkan juga bagaimana agar dakwah tetap berlangsung dan memberikan kemanfaatan kepada sasaran dakwah. Hal ini perlu diketahui oleh semua penggerak dakwah demi keberlangsungan dakwahnya.

9. Manajemen Dakwah

Manajemen dakwah memegang peranan yang penting dalam menentukan keberhasilan dakwah. Dalam upaya membangun manajemen dakwah harus memperhatikan prinsip-prinsip manajemen secara keseluruhan sebagai berikut:

- a. *Planing* dakwah. Perencanaan dakwah yang baik dan terprogram secara rapi dan bertahap akan sangat menentukan tahapan-tahapan apa yang harus dicapai,
- b. *Actuating* dakwah. Pelaksanaan dakwah berlandaskan perencanaan dakwah yang matang. Biasanya kegiatan dakwah akan dapat dilaksanakan secara tertib, teratur, dan efektif.
- c. *Controlling* dakwah. Mengontrol kegiatan dakwah sangat penting untuk mengantisipasi kekurangan-kekurangan yang terjadi dalam proses dakwah dan sangat bermanfaat untuk menjaga kesinambungan dakwah.
- d. *Evaluating* dakwah. Untuk mengetahui apakah dakwah itu berhasil atau tidak, perlu ada proses evaluasi yang cermat, teliti, dan objektif dengan menetapkan parameter-parameter keberhasilan atau ketidak berhasilan suatu aktifitas dakwah. Dari hasil evaluasi secara objektif dapat dijadikan sebagai konsideran untuk menyusun langkah langkah strategi dakwah yang lebih efektif pada masa berikutnya. Isyarat untuk melakukan evaluasi terdapat dalam firman Allah surat Al-hasyr/59 18

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Dari ayat di atas dapat difahami bahwa perlu adanya suatu proses evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan. Untuk merencanakan hidup lebih baik di masa-masa yang akan datang, termasuk kegiatan dakwah yang telah dilakukan juga perlu adanya proses evaluasi secara berkesinambungan.

Penutup

Dari uraian di atas bisa kita renungkan bersama tentang akitifitas dakwah yang telah dilakukan. Apakah sudah direncanakan dalam penyampaian dakwah mulai dari metode, strategi, dan materi yang benar-benaar tepat. Ini semua harus didahulukan dengan studi tentang kondisi masyarakat. Strategi, metode dan materi dakwah hendaknya disesuaikan dengan tingkat kehidupan sasaran dakwah (mad'u) dari segi pendidikan, ekonomi, strata sosial dll. Materi dakwah juga harus betul-betul menyentuh hal-hal yang sedang dibutuhkan oleh sasaran dakwah. Untuk itu setidaknya mencakup dua hal yaitu kebutuhan pokok seperti belak ketrampilan bagi para pengangguran, orang-orang yang masih belum memahami islam secara universal dan yang kedua adalah hal-hal yang sering dianggap kurang penting, sehingga sering terlupakan. Seperti majalah, koran TV dll. Dan tak kalah pentingnya adalah konsumsi generasi muda perlu diofikirkan secara serius.

Daftar bacaan.

Abdul Munir Mulkhan. (1996). Kebijakan Budaya Dakwah Industrial. Makalah

Adian Husaini. (2006). Tantangan Dakwah Kontemporer. Makalah

Alqur'anul karim.

Anhar Anshori. (2004). Fiqih Dakwah: Pendekatan tafsir tematik. Makalah.

Qodri Azizy. (1996). Dakwah Islam Dalam Pluralitas Agama. Makalah.