

Strategi Dakwah Islam di Era Digital

Nur Latifah

Email: latifah.nursaidy75@gmail.com

Dosen Tetap STID Mustafa Ibrahim Al-Ishlahuddiny Kediri Lombok Barat

Abstract:

The strategy of da'wah in the digital era is a form of discourse and *wasilah* as a message and vision and mission of da'wah or a form of amar ma'ruf nahi munkar, which must be distributed to the scope of Muslims and various homogenous communities with basic knowledge and knowledge backgrounds with different understandings and different methods. analyzing the material and messages conveyed by preachers, whether aimed at minority communities who still absorb minimal knowledge in various dimensions or vice versa. In the methods and strategies of preaching in the Islamic religion to be more effective in conveying and transferring various materials or preaching messages through various concepts, systems and delivery methods so that people can easily accept them and the various scientific materials they present. So one of the more effective and practical media to convey this is through social media and this is a strategy in the form of a very meaningful and efficient contribution to the world of da'wah itself. So that in the current era of digital globalization, various materials and da'wah messages can be channeled optimally by using various networking facilities so that the methods, concepts and messages of da'wah are still conveyed so that the media of da'wah itself will not be foreign to the new generation to come, for whom the world of multimedia has also become a primary needs of the daily lives of Muslims, so that the message or da'wah material that will be conveyed does not know the distance of place and the boundaries of the dimension of time, so as not to spread a mission of western civilization among the young generation of Muslims

Keywords: *Strategy, Islamic Da'wah, and Digital.*

Abstrak:

Strategi dakwah di era digital merupakan bentuk wacana dan wasilah sebagai syiar dan visi dan misi dakwah ataupun bentuk amar ma'ruf nahi mungkar, yang harus didistribusikan ke ruang lingkup umat Islam dan berbagai homogen masyarakat yang basik dan latar belakang pengetahuan yang berbeda pemahaman dan berbeda metode menganalisis materi dan pesan yang disampaikan oleh para pendakwah, baik yang ditujukan dikalangan masyarakat yang minoritas masih menyerap pengetahuan yang minim berbagai dimensi ataupun sebaliknya. Dalam metode dan strategi berdakwah dalam religi Islam agar lebih efektif untuk menyampaikan dan mentransfer dalam berbagai materi ataupun pesan dakwah melalui berbagai konsep, sistem dan metode penyampaian agar masyarakat mudah menerimanya dan berbagai materi ilmu yang disajikannya. Maka salah satu media yang lebih efektif dan praktis untuk menyampaikannya adalah melalui wasilah media sosial dan ini adalah sebagai strategi dalam bentuk kontribusi yang sangat berarti dan efisiensi bagi dunia dakwah itu sendiri. Sehingga di era globalisasi yang serba digital sekarang ini berbagai materi dan pesan dakwah dapat tersalurkan dengan maksimal dengan menggunakan berbagai fasilitas networking sehingga metode, konsep dan pesan dakwah tetap tersampaikan sehingga media dakwah itu sendiri tidaklah asing bagi

generasi baru mendatang yang mana dunia multimedia juga sudah menjadi kebutuhan secara primer dari kehidupan umat Islam kesehariannya, sehingga pesan atau materi dakwah yang akan disampaikan tidaklah mengenal jarak tempat dan batas dimensi waktu, agar tidak meluas suatu misi western civilization dalam kalangan muda-mudi generasi muda Islam.

Kata kunci: *Strategi, Dakwah Islam, dan Digital.*

Latar Belakang

Masa sekarang ini adalah masa yang sangat istimewa di mana semua orang bisa mendapatkan dan mengerjakan sesuatu dengan sangat mudah. Mungkin di zaman sebelum penemuan media elektronik ada, orang tersebut memerlukan berbagai kitab maupun referensi berupa buku. Sedangkan di era digital ini orang tinggal mencari sesuatu yang diinginkan di salah satu situs internet. Semua informasi yang diperlukan akan muncul dengan berbagai model.

Era ini adalah puncak dimana semuanya yang serba instan dan banyak dinikmati oleh masyarakat. Seorang *da'i* (mubaligh) pun bisa berdakwah atau menyampaikan dakwahnya melalui media-media yang ada seperti berdakwah dengan media televisi, radio, dan juga media tulisan. Realitas yang ada banyak sekali *da'i* yang sudah memanfaatkannya terutama artis saja yang ingin masuk televisi, bahkan para *da'i* pun juga banyak, hingga menjamur dimana-mana. Bagus ketika bertujuan untuk menegakkan ajaran, dan syariatnya tetapi apakah itu saja kenyataannya. Diera ini mereka mendapatkan perilaku yang nyaman, rasa tentram karena fasilitas yang ada.

Dakwah adalah usaha mengubah manusia dari keadaan yang tidak baik menjadi lebih baik dan sempurna. Perwujudan dakwah bukan hanya usaha peningkatan pemahaman keagamaan dan pandangan hidup saja, tetapi menuju pengamalan ajaran Islam dalam berbagai aspek kehidupan.¹ Dakwah Islam di era digital tidak bebas dari berbagai kendala dan tantangan yang dihadapinya. Sehingga dakwah Islam akan menghadapi berbagai problem sangat kompleks dan rumit. Dewasa ini, setidaknya tantangan dakwah Islam tersebut berkaitan dengan ekses globalisasi dan kenyataan pluralitas agama. Kemajuan pesat iptek telah mentransformasikan peradaban manusia dari kultur pertanian ke industri kemudian ke abad informasi dan komunikasi.

Pada umumnya, dakwah yang dilaksanakan dalam sebuah majelis taklim di sebuah surau, masjid atau musholla berlangsung dalam suasana sakral dan khidmat. Kemajuan

¹ Sunanto, Musyrifah. *Sejarah Islam Klasik Perkembangan Ilmu Pengetahuan Islam*. Cet. I; (Jakarta: Prenada media, 2003), h. 46.

teknologi dan informasi, memungkinkan seorang da'i untuk berimprovisasi dengan selingan humor dan hal-hal lain, agar materi ceramahnya tetap menarik untuk disimak. Mengingat tantangan dakwah di era teknologi dan informasi, khususnya media memang tidak bisa dilepaskan dari wahana hiburan. Dampaknya, orientasi dakwah yang diperankan para da'i, juga semakin berkembang, bahkan cenderung menjadi bias.

Semula, dakwah yang lebih banyak bersentuhan dengan ranah ibadah, selalu dilandasi dengan niat dan motivasi untuk beribadah pula, yakni dilaksanakan dengan penuh suka cita, hati yang ikhlas dan hanya mengharap ridha Allah Swt semata. Namun, dalam perkembangannya pola berdakwah melalui media sebagai wujud kemajuan teknologi menjadi tantangan bagi tersendiri bagi seorang da'i. Pengaruh media, memungkinkan seorang da'i memperoleh popularitas di mata pemirsanya seperti layaknya seorang selebriti dan tidak menutup kemungkinan pula setiap kegiatan dakwahnya, sering dinilai dengan materi Dakwah bagi umat Islam, sesungguhnya menjadi kewajiban yang menyeluruh. setidaknyanya, umat Islam yang dimaksud adalah yang termasuk dalam kategori (mukallaf) individu yang sudah bisa dikenai beban tanggung jawab dan (mumayyiz) individu yang telah mampu membedakan antara yang benar dan salah, serta antara baik dan buruk. Kewajiban dakwah Islam ini ada yang bersifat individual secara pribadi dan masing-masing ada yang berbentuk kolektif melalui kelompok, jamaah atau organisasi. Dengan demikian menjadi umat Islam pada hakekatnya berkewajiban untuk berdakwah. Menjadi muslim bisa diidentikkan sebagai da'i, atau juru dakwah menurut proporsi dan kapasitas masing masing. Dalam ruang lingkup kewajiban berdakwah yang luas itu, sebuah hadist mengatakan mulailah kewajiban kewajiban agama itu dari dirimu sendiri, baru kemudian kepada orang-orang disekitarmu.²

Di samping itu al-Quran juga menegaskan untuk memelihara diri dan keluarga dari api neraka Q.S. at-Tahrim: 6. Namun dalam kehidupan bermasyarakat, kewajiban berdakwah kemudian diperankan oleh para pengemban risalah Nabi Muhammad saw., yakni para ulama, da'i, atau mubaligh. Karena tugas menyampaikan risalah agama itu harus dilakukan secara tertib dan kontinu, sehingga memerlukan keahlian dan pemahaman keagamaan yang lebih baik, disamping ketentuan ketentuan lain, sehingga tidak setiap orang Islam mampu berdakwah. Persoalannya, zaman terus berubah, sehingga pola dan metode berdakwah yang dilaksanakan para juru dakwah juga ikut berubah. Tidak terkecuali pola dan model dakwah yang dikembangkan para da'i di era teknologi komunikasi dan informasi seperti sekarang ini.³

² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana. 2009), h. 64.

³ Harun Nasution, *Pembaharuan dalam Islam Sejarah Pemikiran dan Gerakan*. (Cet.I; Jakarta: Bulan Bintang, 1975), h.23.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah dengan pendekatan kualitatif yang berupaya menjabarkan ataupun menjelaskan fenomena dan problem dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini peneliti juga akan mendeskriptif hasil dari mengumpulkan data, dan menjelaskan fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan, adapun pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil yang peneliti temukan kemudian dideskripsikan sesuai data dan temuan.

Pembahasan

Pengertian Digital

Sistem Digital adalah sistem elektronika yang setiap rangkaian penyusunnya melakukan pengolahan sinyal diskrit. Sistem Digital terdiri dari beberapa rangkaian digital/logika, komponen elektronika, dan elemen gerbang logika untuk suatu tujuan pengalihan tenaga/energi. Secara mudahnya era digital adalah satu era atau zaman yang di dalamnya sudah memiliki kondisi perkembangan begitu maju hingga semua kegiatan penting bisa dilakukan secara digital. Perkembangan era digital juga semakin lama semakin berjalan begitu cepat hingga tak bisa dihentikan oleh manusia. Era digital merupakan masa ketika informasi mudah dan cepat diperoleh serta disebarluaskan menggunakan teknologi digital. Sedangkan, teknologi digital adalah teknologi yang menggunakan sistem komputerisasi yang terhubung internet.⁴

Manfaat Dakwah di Era Digital

Berdakwah di media sosial ini menarik sekaligus menantang. Dari sana pula kita bisa merancang konteks dan konten dakwahnya yang sesuai landasan teologis-normatifnya, ke arah mana masyarakat ini akan diubah dengan tetap berpedoman pada konsep Islam rahmatan lil alamin. Adapun manfaat sebagai berikut;

- a. Membuka Banyak Akses Informasi
- b. Adanya Kemudahan Transaksi dan Pembayaran.
- c. Peningkatan Efisiensi dalam Banyak Hal.
- d. Sarana Hiburan dan Rekreasi.
- e. Menunjang Sarana Kesehatan dan Kesejahteraan.
- f. Inovasi dan Kreativitas.

⁴ Noer, Deliar. *Islam dan Masyarakat*. Cet. I, (Jakarta: Yayasan Risalah 2003), h.40.
Nur Ahmad, "Tantangan Dakwah di Era Teknologi dan Informasi" Jurnal ADDIN, Vol. 8, No. 2, Agustus 2014

Pengertian Dakwah

Dilihat dari segi bahasa, kata dakwah berasal dari kata Arab yang merupakan bentuk mashdar dari kata *da'a, yad'u*, yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Seruan ini dapat dilakukan melalui suara, kata-kata, atau perbuatan. Dakwah juga bisa berarti do'a yakni harapan, permohonan kepada Allah swt. sebagaimana tercantum dalam firman Allah QS. Al-Baqarah [2] : 186. Artinya: Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, (maka jawablah) bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdo'a apabila ia berdoa kepadaKu, maka hendaklah mereka itu memenuhi perintah-Ku dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu dalam keadaan kebenaran.

Kata dakwah juga berarti mengajak kepada kebaikan, dan juga ada yang berarti mengajak kepada keburukan. Kata dakwah yang berarti mengajak kepada kebaikan, dapat dilihat dalam al-Qur'an antara lain Surah al- Nahl (16): 125, Surah Yunus (10): 25. Sebaliknya, kata dakwah ada pula yang disandarkan pada jalan kebaikan atau jalan setan atau jalan ke neraka, misalnya dalam Surah Luqman (31): 21, Surah Fathir (35): 6. Di samping itu, term dakwah dalam satu ayat al- Qur'an terdapat penggunaan kata dakwah untuk arti kedua-duanya, yakni jalan kebaikan (syurga) dan jalan keburukan (neraka) sekaligus, seperti terdapat dalam surah al-Baqarah (2): 221.

Jadi, makna dakwah menurut bahasa bisa berarti ajakan kepada kebaikan dan bisa kepada kejahatan. Namun dalam penggunaannya secara peristilahan di lingkungan masyarakat Islam, term dakwah lebih dipahami sebagai usaha dan ajakan kepada jalan kebenaran atau jalan Tuhan, bukan jalan setan. Bahkan dalam perspektif ini, ajakan dan seruan itu tidak dinamai dakwah bila tidak dimaksudkan untuk membawa manusia ke jalan kebaikan. Adapun pengertian dakwah menurut istilah telah banyak dikemukakan oleh para ahli atau pakar dakwah yang memberikan definisi menurut sudut pandang masing-masing, antara lain :

Artinya:

Mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan petunjuk, menyuruh mereka berbuat yang ma'ruf dan melarang mereka berbuat mungkar, agar mereka mendapatkan kebahagiaan didunia dan akhirat.

- a. M. Isa Anshary (1984: 17) memberikan definisi bahwa dakwah Islamiyah artinya menyampaikan seruan Islam, mengajak dan memanggil umat manusia agar menerima dan mempercayai keyakinan dan pandangan hidup Islam.
- b. M. Amien Rais (1991: 25) berpendapat bahwa dakwah adalah setiap usaha rekonstruksi masyarakat yang masih mengandung unsur-unsur jahili agar menjadi masyarakat yang Islami.

Dari beberapa pengertian dan definisi dakwah tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah mempunyai dua pengertian dasar yaitu : *Pertama*, bermakna sempit (*lughawi*) yang hanya terbatas pada seruan dan ajakan pada yang baik (*khair*) yang bentuknya secara umum dengan *bi al-lisan*, yaitu ceramah/pidato dan juga bisa *bi al-kitabah* (tulisan). *Kedua*, bermakna luas (istilah) yang tidak terbatas pada anjuran dan ajakan melalui lisan saja, akan tetapi juga perbuatan nyata (*da'wah bi al-hal*) yang bentuknya bisa berupa pendidikan, ekonomi, sosial, dan politik, serta lainnya.

Dakwah yang berpangkal dari pengertian sempit ini (*bi al-lisan*) lebih menunjukkan kepada cara-cara dalam pengutaraan dan penyampaian dakwah yang lebih berorientasi pada ceramah agama, yang pada saat sekarang ini berkembang menjadi disiplin retorika. Kemudian dakwah *bi al-lisan* (retorika) operasionalnya berkembang menjadi dakwah *bi al-kitabah*, yaitu dengan tulisan seperti di buku, tulisan-tulisan di surat kabar, majalah, dan lain-lain. Selanjutnya, dakwah *bi al-hal*, yaitu dakwah yang mengarah kepada upaya mempengaruhi dan mengajak orang seorang, atau kelompok manusia (masyarakat) dengan keteladanan dan amal perbuatan, perkembangannya menjadi populer dengan nama dakwah pembangunan.⁵

Dari uraian di atas, maka menurut penulis: dakwah adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk mengajak orang (masyarakat) kepada kebaikan dan melarang kepada kejahatan, baik secara lisan, tulisan, lisan, maupun perbuatan dengan metode dan media yang sesuai dengan prinsip Islam dengan tujuan mencapai kebahagiaan manusia di dunia dan di akhirat.

Secara historis dapat diketahui bahwa proses Islamisasi di nusantara terjadi karena aktivitas dakwah. Tanpa usaha yang dilakukan oleh para dai, maka rasanya tidak mungkin akan terjadi ke pengantar terbesar umat Islam di Indonesia sebagaimana yang kita ketahui sekarang.

Dakwah Islam memiliki dua tantangan sekaligus. Pertama adalah tantangan keilmuan

⁵ Rais, M. Amien. *Cakrawala Islam Antara Cita Dan Fakta*. Cet. III, (Bandung: Mizan, 1991), h.61.

dakwah yang hingga sekarang belum tampak perkembangannya yang menggembirakan. Ilmu dakwah tampak stagnan dalam tataran pengembangan keilmuannya. Jika mengacu pada dimensi pengembangan keilmuan tersebut pada tulisan-tulisan ilmu dakwah yang sangat menonjol, maka rasanya tidak kita jumpai karya akademis outstanding tentang dakwah tersebut.

Banyaknya buku atau jurnal yang di dalamnya menjadi instrumen bagi pengembangan ilmu dakwah maka tentu akan menjadi ajang bagi pengembangan ilmu dakwah tersebut. Ada banyak pengkaji ilmu dakwah yang kemudian berubah pikiran untuk mengembangkan ilmu komunikasi atau community development atau bahkan kajian konseling. Akibatnya, orang lebih melihat pada cabang-cabangnya dan bukan pada pohon atau akarnya. Jika kita lihat di lapangan, maka tidak banyak kajian tentang dimensi-dimensi ontologis dan epistemologis keilmuan dakwah.

Melalui diskusi atau kajian yang mendasar tentang hal ini, maka pengembangan keilmuan dakwah akan menjadi lebih semarak. Harus kita ingat bahwa hanya dengan diskusi atau kajian yang hangat saja maka pengembangan ilmu dakwah akan menjadi kenyataan. Kedua, problem atau tantangan praksis dakwah. Harus kita akui bahwa dakwah bil lisan memang mendominasi terhadap percaturan dakwah di Indonesia. Ada banyak tokoh yang mengembangkan dakwah bil lisan ini. Baik dakwah bil lisan yang dilakukan melalui aktivitas bertajuk dakwah atau yang berupa sisipan dakwah dalam acara-acara yang khusus, misalnya peristiwa pernikahan, khitanan, jumatan, atau lainnya. Selain ini juga ada dakwah yang dilakukan melalui media massa, seperti televisi, radio, atau media massa lainnya. Tentu saja semuanya memiliki sejumlah pengaruh bagi para audiensnya.

Dakwah Islam memang merupakan usaha yang dilakukan oleh para dai kepada masyarakat agar etika menjadi penganut Islam yang benar. Melalui dakwah Islam, maka masyarakat akan dapat menjadi pemeluk Islam yang menaati ajaran agamanya. Dan melalui dakwah Islam maka masyarakat yang memegang prinsip kehidupan berdasarkan ajaran agama akan didapatkan.⁶

Meskipun secara general bahwa masyarakat Indonesia adalah umat Islam terbesar di dunia, akan tetapi dari sisi kehidupannya belumlah menjadi masyarakat yang ideal. Yaitu masyarakat yang memiliki keyakinan keagamaan yang kuat, memiliki prinsip kehidupan yang benar dan memiliki ketercukupan secara ekonomis. Banyak masyarakat Indonesia yang belum seperti gambaran ini.

⁶ Asep Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h.17.

Ada banyak masyarakat Indonesia yang beragama Islam dalam keadaan masih miskin atau kaum *mustad'afin*. Mereka yang masih teras di bawah garis kemiskinan dan masih terpinggirkan. Oleh karena itu, gerakan ke arah mengembangkan ekonomi umat Islam saya kira merupakan gerakan yang tepat bagi masyarakat Islam di Indonesia. Dakwah Islam memang sudah menggunakan pendekatan yang modern. Dakwah sudah menggunakan medium informasi yang mutakhir. Dakwah sudah dikemas dengan medium televisi, radio, surat kabar dan sebagainya. Dakwah sudah menghiasi halaman demi halaman surat kabar, dakwah sudah menghiasi tayangan demi tayangan media televisi. Akan tetapi dakwah yang berpusat pada peningkatan ekonomi umat tentu belumlah menjadi arus utama bagi masyarakat kita.

Dakwah dengan menggunakan pendekatan ekonomi memang masih menjadi keinginan dan belum memperoleh sentuhan yang maksimal. Memang sudah ada gerakan dakwah melalui ekonomi, misalnya yang dilakukan oleh yayasan-yayasan yang memang bergerak di bidang perekonomian. Namun demikian, gerakannya belumlah lincah di dalam mempercepat peningkatan kualitas ekonomi umat.⁷ Ke depan saya kira harus semakin banyak dakwah melalui pemberdayaan ekonomi umat, sehingga upaya untuk mempercepat tujuan dakwah yakni terbentuknya masyarakat Islami yang berkecukupan secara ekonomi akan dapat dicapai. Jika kita menggunakan ukuran bahwa kesejahteraan ekonomi adalah indikator kebahagiaan, maka dengan ketercukupan ekonomi maka akan lebih cepat untuk menggapai kebahagiaan tersebut.

Strategi Dakwah di Era Digital

Sebelum membicarakan dakwah modernitas, sebaiknya apabila lebih dahulu membahas tentang komponen/unsur-unsur pokok dakwah sebagai sistem komunikasi yang efektif dalam proses pelaksanaan dakwah. Oleh karena itu, dakwah modernitas adalah dakwah yang dilaksanakan dengan memperhatikan unsur-unsur penting dakwah tersebut, kemudian subjek atau juru dakwah menyesuaikan materi, metode, dan media dakwah dengan kondisi masyarakat modern (sebagai objek dakwah) yang mungkin saja situasi dan kondisi yang terjadi di zaman modern terutama dalam bidang keagamaan, tidak pernah terjadi pada zaman sebelumnya, terutama di zaman klasik.

Dengan demikian, berarti dakwah di era digita adalah dakwah yang pelaksanaannya

⁷ Shaleh, A. Rosyad. *Management Dakwah Islam*. Cet.I, (jakarta: Bulan Bintang, 1977), h.12.

disesuaikan dengan kondisi dan keadaan masyarakat modern, baik dari segi materi, metode, dan media yang akan digunakan. Sebab mungkin saja materi yang disampaikan itu bagus, tetapi metode atau media yang digunakan tidak sesuai dengan kondisi masyarakat modern, maka dakwah akan mengalami kegagalan. Begitu pula sebaliknya, mungkin saja media atau metode yang digunakan sesuai dengan kondisi masyarakat modern, akan tetapi materi yang disampaikan kurang tepat, apalagi bila tampilan kemasannya kurang menarik, juga dakwah akan mengalami kegagalan.

Oleh karenanya, untuk mencapai tujuan dakwah yang efektif di era modern maka Juru dakwah seyogyanya adalah orang yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, menyampaikan materi atau isi pesan dakwah yang aktual, dengan menggunakan metode dan strategi yang tepat dan relevan dengan kondisi masyarakat modern, serta menggunakan media komunikasi yang sesuai dengan kondisi dan kemajuan masyarakat modern yang dihadapinya

.Macam-Macam Strategi Dakwah di Era Digital

Strategi dan metode dalam melaksanakan dakwah yang merupakan sebagai suatu sistem untuk dapat menarik para pendengar agar dapat terserang berbagai pesan dan materi yang akan disampaikan dengan menggunakan berbagai metode dan sistem agar materi tersebut dapat dicerna dengan baik dan maksimal, terdapat dua sistem yang sangat efektif diantaranya adalah: Pertama, Strategi merupakan suatu rencana tindakan termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi kan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan. Kedua, Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu muskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilan.¹³ Dalam kegiatan komunikasi, mengartikan strategi sebagai perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Ia tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang harus ditempuh, tetapi juga berisi taktik operasionalnya. Ia harus didukung teori karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Untuk strategi komunikasi tersebut, segala sesuatunya harus memperhatikan komponen komunikasi dalam teori Harold D. Lassell, yaitu Who says What in Which Channel to Whom with What effect (komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek).⁸

⁸. Moh. Ali Aziz, *Ilmu.....*, h. 351

Selain Al-Bayanuni juga membuat definisi, ia juga membagi berbagai metode dan strategi dakwah sehingga dengan strategi tersebut dapat dijadikan sebagai bentuk acuan yang akurat dan fleksibel oleh pendakwah lainnya diantaranya ada tiga bentuk yaitu;

- a. Pertama: Strategi Tilawah. Dengan strategi ini mitra dakwah diminta mendengarkan penjelasan pendakwah dan mitra dakwah membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah. Dengan demikian bahwa merupakan transfer pesan dakwah dengan lisan dan tulisan. Penting Dicatat bahwa yang dimaksud ayat-ayat Allah. bisa mencakup yang tertulis dalam kitab suci dan yang tidak tertulis yaitu alam semesta dengan segala isi dan kejadian-kejadian di dalamnya. Kita dapat mengenal dan memperkenalkan Allah SWT. melalui keajaiban ciptaan nya. Untuk memperlihatkan keajaiban ini tidak hanya dengan lisan dan tulisan, tetapi juga dengan gambar atau lukisan. Strategi tilawah bergerak lebih banyak pada ranah kognitif (pemikiran) yang transformasinya melewati indra pendengaran (al-sam') dan indra penglihatan (al-abshar) serta ditambah akal yang sehat (al-afidah).
- b. Kedua: Strategi Tazkiyah (mensucikan jiwa). Jika strategi tilawah' melalui indra pendengaran dan indera penglihatan, maka strategi tazkiyah melalui aspek kejiwaan. Salah satu misi dakwah adalah mensucikan jiwa manusia. Kekotoran jiwa dapat menimbulkan berbagai masalah baik individu atau sosial, bahkan menimbulkan berbagai penyakit, baik penyakit hati atau badan. Sasaran strategi ini bukan pada jiwa yang bersih, tetapi jiwa yang kotor.
- c. Ketiga: Strategi Ta'lim. Strategi ini hampir sama dengan strategi tilawah yakni keduanya mentransformasikan pesan dakwah. Akan ke strategi ta'lim bersifat lebih mendalam, dilakukan secara formal dan sistematis. Artinya, metode ini hanya dapat diterapkan pada mitra dakwah yang tetap, dengan kurikulum yang telah rancang, dilakukan secara bertahap, serta memiliki target tujuan tertentu. Rasulullah. mengajarkan Al-Qur'an dengan strategi ini, sehingga banyak sahabat yang hafal Al-Qur'an mampu memahami kandungannya. Agar mitra dakwah dapat menguasai Ilmu Fikih, Ilmu Tafsir, atau Ilmu Hadits, pendakwah perlu membuat tahapan-tahapan pembelajaran, berbagai sistem dan sumber rujukan target dan tujuan yang ingin dicapai, dan sebagainya

Dalam melaksanakan dakwah maka selayaknya seorang da'i juga haruslah memiliki dan menguasai berbagai ilmu strategi dakwah yang sangat membutuhkan penyesuaian yang

tepat sesuai dengan kondisi di lapangan, maka dengan memperkecil kelemahan dan ancaman serta memperbesar keunggulan dan peluang dalam penyampaian materi dakwah itu sendiri sehingga dapat berkesan dan mempunyai nilai yang lebih dan paling tidak terdapat perubahan sekecil apapun walaupun satu ayat yang disampaikan pada pihak dan komunitas umat Islam Lain dan dakwah seperti inilah yang telah dilaksanakan oleh Rasulullah, sehingga mendapatkan hasil yang maksimal dan memberikan kontribusi yang sehingga dapat dirasakan oleh umat Islam pada umumnya.

Maka dari berbagai pola yang telah dirumuskan di atas sehingga dapat diambil berbagai masukan dan kontribusi wawasan ilmu kepada para pendakwah yang sedang dalam memberikan materi dakwah kepada umat Muslim juga sebagai amal ibadah ke depan sehingga ilmu dakwah tersebut tidaklah kaku dan buntu yang pada akhirnya dapat merugikan ke generasi kedepan

Kesimpulan

Dakwah merupakan sebagai landasan untuk menebarkan berbagai wacana dan materi keilmuan islam yang sesuai dengan kebutuhan dan keperluan fase ataupun periode itu sendiri. Dalam penyampaian materi dakwah itu sendiri maka diperlukan berbagai keahlian dan metode yang akan diperlukan diantaranya harus menguasai materi dakwah itu sendiri dan sudah pasti harus menguasai dunia teknologi dan informatika sehingga pesan dan materi yang disampaikan dapat maksimal penyerapannya dan sehingga jangan cepat hilang dari ingatan si pendengar itu sendiri. Juga berbagai strategi dalam berdakwah juga sangatlah diperlukan diantaranya dengan menggunakan berbagai strategi tilawah, strategi tazkiah, strategi ta'lim dan juga strategi penguasaan teknologi yang maksimal sehingga dengan menyampaikan pesan dan materi dakwah tersebut tidak mengenal batas dan dimensi waktu yang sering dijadikan suatu alasan.

Daftar Pustaka

- Amin, A. Masyhur. 1980. *Metoda Dakwah Islam dan Beberapa Keputusan Pemerintah Tentang Aktivitas Keagamaan*. Yogyakarta: Sumbangsih.
- Anshari, H. Endang Saifuddin. 1987. *Ilmu, Filsafat dan Agama*. Cet.VII; Surabaya: Bina Ilmu.
- Majid, Abdul, bin Aziz Al-Zindani. 1997. et.al. *Mukjizat Al-Qur'an dan As-Sunnah tentang IPTEK*. Jilid I, II, Cet. I; Jakarta:Gema Insani Press.
- Muhyiddin, Asep. 2002. *Metode Pengembangan Dakwah*,(Bandung: Pustaka Setia.
- Nasution, Harun. 1975. *Pembaharuan dalam Islam Sejarah Pemikiran dan Gerakan*. Cet.I; Jakarta: Bulan Bintang.
- Noer, Deliar. 2003. *Islam dan Masyarakat*. Cet. I; Jakarta: Yayasan Risalah.
- Rais, M. Amien. 1991. *Cakrawala Islam Antara Cita Dan Fakta*. Cet. III; Bandung: Mizan.
- Shaleh, A. Rosyad. 1977. *Management Dakwah Islam*. Cet.I; Jakarta: Bulan Bintang, 1977.
- Sunanto, Musyrifah. 2003. *Sejarah Islam Klasik Perkembangan Ilmu Pengetahuan Islam*. Cet. I; Jakarta: Prenada media.