

KONTRIBUSI DAN STRATEGI METODE DAKWAH DI ERA GLOBALISASI

Oleh:

Ridwan Hasan

Pascasarjana, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh

ridwan.hasan@ar-raniry.ac.id

ABSTRAK

Strategi dakwah 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 latarbelakang pengetahuan yang berbeda pemahaman dan berbeda metode menganalisis materi dan pesan yang disampaikan oleh para penda'i, baik yang ditujukan dikalangan masyarakat yang minoritas masih menyerapi 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 "*Informatika dan Multimedia*" dan ini adalah sebagai strategi dalam bentuk kontribusi yang sangat berarti dan efisiensi bagi dunia dakwah itu sendiri. Sehingga di era globalisasi 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, Kontribusi, Globalisasi dan Multimedia.

A. Pendahuluan

Di era globalisasi sekarang ini, merupakan fase ataupun periode dakwah¹ yang telah sampai pada distinasi menuju pada arah era dakwah yang harus dan sudah seyogyanya untuk menggunakan berbagai fasilitas teknologi multimedia agar unsur dan pesan dakwah yang disampaikan dapat terserap secara maksimal dan juga sesuai dengan *mabda'* dari dakwah itu sendiri. Maka salah satu bentuk strategi dan kontribusi yang sangat efektif untuk dijadikan sebagai media dakwah tersebut telah dilaksanakan dalam bentuk dalam proses sebuah perancangan untuk menjadi sebagai acuan ataupun standar telekomunikasi baru yang disebut LTE (*Long Term Evolution*) yang merupakan terbentuknya sebuah jalur data komunikasi semakin cepat dan akurat.

Maka lebih luas cakupan yang dijankannya, lebih besar frekwensinya. Maka dengan penerapan bentuk teknologi LTE semakin mendukung terciptanya sebuah dunia tanpa batas, dimana orang yang berbeda lokasi saling terhubung dengan menggunakan internet dan bisa berkomunikasi secara audio visual tanpa ada halangan serta hambatan dalam penyampaian yang disampaikan dan sudah pasti pula telah dibebankan pada pundak seorang Muslim yang memiliki kemampuan intelegensi yang peka terhadap dunia dakwah itu sendiri.² Berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi memang tak dapat dibendung lagi, dihampir seluruh sektor baik industri, pemerintahan, militer, akademisi sampai ke rumah tangga kita, semuanya memanfaatkannya. Sehingga kebutuhan kita akan TI sudah tak terbayangkan lagi dan seluruh fasilitas ini

¹ Dalam hadits Rasulullah yang artinya: "Barang siapa yang mengajak orang lain kepada kebaikan, maka dia akan mendapatkan pahala yang sama dengan orang yang mengerjakannya" (*H.R. Muslim*). Hadith lain, "Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal salih dan berkata, "Sesungguhnya aku termasuk orang yang berserah diri" (*H.R. Muslim*).

² Ajip Rasidi, *Beberapa Masalah Umum Umat Islam di Indonesia*, Bandung: Bulan Sabit, Cet. I. 1970, hal. 42. Lihat juga, Thomas W. Arnold, *The Preasing Of Islam*, Ter. Drs. H. A.Nawawi Rumber, Sejarah Da'wah Islam Wijaya, Jakarta. hal. 11. da'wah diupayakan dipimpin oleh seorang yang punya sifat-sifat manajemen sbb: 1. Physical (kesehatan fisik) 2. Menal (kesehatan mental) 3. Moral (enerjik, penuh inisiatif, loyalitas dan dedikasi terhadap pekerjaan). 4. education (mempunyai penyebarluaskan yang luas) 5. spesial knoeledge (punya pengetahuan kejuruan khusus dalam bidang tenis operasional yang dipimpin) 6. Experience (pengalaman). Dan lihat juga, Abdul Hamid al-Bilali, *fiqhul inkar fi inkari-l-Munkar*, Kuwait: Daarudakwah, 1986. hal. 80.

adalah dapatlah dijadikan berbagai bentuk dan media dalam melaksanakan tugas berdakwah sebagai umat Islam pada umumnya.³

Di era globalisasi sekarang ini sangatlah diperlukan untuk menciptakan sebuah konsep dan metode yang mudah diterima oleh para jama'ah yang berantusias dalam mendengarkan pesan dakwah tersebut. Untuk fase sekarang ini mungkin sangatlah layak dan efektif untuk diamalkan dan diterapkan diantaranya dengan sistem menggunakan multimedia ataupun ICT yang sangat banyak metode dan kegunaanya dan sangatlah mudah untuk mendapatkan maklumat dan informasi yang aktual dan akurat seperti, internet dan komputer untuk memperjelaskan dan persembahkan di mesjid-mesjid, Musalla-musalla dan instansi-instansi agama.⁴ Dalam detik dan fase ini juga boleh mendapati banyak berbagai informasi dan ilmu pengetahuan tentang tafsir al-Qur'an, al-Hadith, kitab-kitab fiqh, sejarah Islam dan sebagainya yang dibuat dalam bentuk multimedia yang secara mudah kita perolehnya secara percuma sehingga kontribusi dan strategi semacam ini dapat tersentuh ke berbagai lini masyarakat muslim secara luas sehingga tujuan dari dakwah itu sendiri dapat tercapai pada

³ Diera globalisasi dapat diambil beberpa pendekatakan dalam melaksanakan dakwah yaitu dengan Pendekatan Metodologi, Rohadi Abdul Fatah dan Muhammad Tata Taufik. Adalah: 1. Radio; adalah media elektronik yang paling dini dan sudah dipakai sejak lama serta sudah dikenal masyarakat. Media ini memiliki kelebihan: a. daya pancar yang luas hingga bisa mengunjungi pemirsa yang jauh bahkan sampai ke kamar-kamar mereka. b. Bersifat mobil dan mudah dibawa kemana-mana; di mobil, diladang ataupun di hutan sekalipun. c. Tidak menuntut perhatian yang besar bagi pendengar, karena dia akan senantiasa bunyi tanpa harus dilihat, dan pesan akan tetap mengalir begitu saja sehingga bisa menemani pendengarannya tanpa harus berhenti dari pekerjaannya; menyetir mobil, memasak, .2. TV; adalah sebagai media dakwah, sangatlah efektif dengan kelebihanannya sebagai media audio visual; selain bersuara, juga dapat dilihat. Penggunaan TV sebagai media, tentu saja bisa dilakukan dengan membuat program-program tayangan yang bermuatan pesan dakwah; baik berupa drama, ceramah, film-film ataupun kata-kata hikmah; sebagaimana yang telah banyak ditayangkan diberbagai stasiun TV. 3. Tape recorder, CD dan DVD; semuanya merupakan alat-alat perekam yang bisa dipakai untuk menggandakan berbagai produk dakwah, dan ini juga sudah mulai banyak dipakai sebagai media dakwah dan pengajaran agama. 4. Dakwah via animasi. Masalah lain yang perlu digarap dakwah Islamiyah adalah memuat film-film kartun yang Islami, dengan memperkenalkan budaya dan ajaran Islam, serta cerita-cerita kepahlawanan. 5. Media Cetak. Surat Kabar, Majalah, Bulletin, Jurnal, Buku, Tabloid; semuanya dapat dijadikan media dakwah. Rubrikasi pada surat kabar, dengan menyediakan rubrik khusus dakwah dapat dilakukan; seperti yang tersedia dalam Surat Kabar Pikiran Rakyat, Republika, dll. 6. Dakwah via internet. Internet merupakan barang baru yang secara langsung berperan dalam menciptakan dunia yang mengglobal. Media ini, dapat menghubungkan antarindividu penduduk dunia tanpa mengenal batas.

⁴ Branston Gill and Roy Stafford, *The Media Student's Book*, Routge New York, Cet, 2003. hal. 149.

stagnasi yang diinginkan sehingga visi dan misi dapat tercapai dengan maksimal. Seperti telah banyak dikemukakan orang bahwa abad XXI adalah abad globalisasi sebagai akibat dari kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, komunikasi, dan informasi dengan berbagai macam implikasinya, baik yang bersifat harapan maupun tantangan. Satu hal yang harus diyakini, karena Islam adalah agama fitrah.⁵

Di zaman era globalisasi yang sedang dilalui ini adalah merupakan dunia yang terkemas dalam teknologi dan informatika yang selalunya tidak kesemuanya dapat memerikan arah dan nilai peradaban moral yang positif, akan tetapi dengan perkembangan zaman dan teknologi dapat juga memerikan ataupun mengantar kearah yang negatif dan yang hampir lagi sehingga lupa dengan yang menciptakan teknologi pada awal mula yang tentunya Allah mengilhaminya untuk mendapat berbagai rumus dan metode sehingga menemukan berbagai infansi baru sehingga dapat memberikan dan mendapatkan hasil yang maksimal yang akan dicapainya.⁶

Salah satunya media dakwah itu sendiri dapat dikontribusi melalui media LAN menyediakan jaringan elektronik untuk pelbagai jenis maklumat dan informasi (suara, vedio, data, dan teks). Jaringan ini membolehkan pergerakan maklumat multimedia melalui bangunan dalam segala arah dan membolehkan sumber ditambah kepada jaringan untuk dapat digunakan secara bersama-sama. Jasa jaringan akan membolehkan penggunaan secara berjamaah seperti, pengkalan data, ensiklopedia elektronik, Al-Qur'an dan terjemahan berbagai bahasa, Tafsir dan terjemahan, berbagai jenis kitab Arab, Ecarta, Comton's, Grolier, Katalog kartu Perpustakaan, dan Pusat Sumber Online, dan data pentadbiran lainnya. Apabila segala sumber telah didownload dan dikumpulkan maka dapat disimpan, dicetak dan dimaksimalkan dapat penggunaan sumber-sumber seperti pencertak

⁵ Surah, Ar-Rum: 30.

⁶ Astrid Susanto, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, Bandung: Bima Cipta, Cet 2 1977. hal. 9

laser, jaringan CD-ROM, modem, talian telpon dan VoIP. (langsung berkomunikasi dengan objek).⁷

Dalam dunia era globalisasi terdapat setidaknya ada sepuluh kompetensi terkait dengan tuntutan dunia global hari ini, siap atau tidak siap harus berani dan bertekad bagi umat Islam secara kolektif untuk menghadapinya diantaranya:

1. Kompetensi Lingkungan, yaitu kemampuan memahami lingkungan internasional, atau minimal kondisi negara dimana kita tinggal.
2. Kompetensi Analitik, yaitu kemampuan untuk menganalisis peluang-peluang untuk diberdayakan demi kemajuan diri dan umat.
3. Kompetensi Strategik, yaitu kemampuan menyusun dan mengembangkan strategi didasarkan analisa kedepan dan belakang.
4. Kompetensi Fungsional, yaitu kemampuan untuk merancang program dalam mengantisipasi setiap peluang dan perubahan yang mungkin terjadi.
5. Kompetensi Manajerial, yaitu kemampuan untuk mengelola setiap kegiatan yang diarahkan pada peningkatan kualitas diri dan umat.
6. Kompetensi Profesi, yaitu kemampuan menguasai keterampilan secara profesional atau keahlian pada suatu bidang tertentu.
7. Kompetensi Sosial, yaitu kemampuan untuk menyesuaikan dan beradaptasi dengan suasana baru dalam setiap perubahan.
8. Kompetensi Intelektual, yaitu kemampuan untuk mengembangkan intelektualitas dan daya nalar, yang sangat dibutuhkan agar mampu membangun konsepsi demi tegaknya sebuah peradaban.
9. Kompetensi Individu, yaitu kemampuan untuk mengarahkan dan menggunakan keunggulan yang dimilikinya, terutama dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, atau keunggulan dalam bidang yang lain.
10. Kompetensi Perilaku, yaitu kemampuan untuk bersikap baik dalam setiap perilaku sesuai ajaran Islam.⁸

⁷ Malayu. S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: C.VH. Mas Agung. 1993, hal. 2

Dalam konteks umat Islam di Indonesia di era globalisasi, dimana masyarakatnya sudah sedemikian kritis, maka yang diperlukan adalah dakwah yang berorientasi transformasi sosio kultural dan multimedia dengan suatu pendekatan partisipatif. Intinya adalah bagaimana mewujudkan tujuan dakwah Islam, yang tak lain ialah pengembangan potensi fitrah dan fungsi khilafah kemanusiaan dalam rangka membentuk *nizhaamul hayaat* (sistem kehidupan sosial) yang diridhai Allah. Tujuan tersebut tak mustahil tercapai karena seperti diungkapkan oleh Nurchalis Majid mengutip analisis Marshall G.S.Hodgson, kemenangan Islam di Jawa khususnya, dan di Indonesia umumnya, begitu sempurna dengan adanya banyak kompromi antara ajaran-ajaran Islam dan unsur-unsur budaya lokal.

Untuk itu, strategi dakwah masa depan perlu merumuskan dalam beberapa hal antara lain: a. Mendasarkan proses dakwah pada pemihakan terhadap kepentingan masyarakat. Itu berarti penolakan terhadap segala bentuk dakwah demi kepentingan lain, b. Mengintensifkan dialog dan ketertiban masyarakat, guna membangun kesadaran kritis untuk memperbaiki keadaan. c. Memfasilitasi masyarakat agar mampu memecahkan masalahnya sendiri serta melakukan transformasi sosial yang mereka kehendaki. Jadi bukan sekedar menguraikan masalah masyarakat supaya dipecahkan pihak lain, d. Menjadikan dakwah sebagai media pendidikan dan pengembangan potensi masyarakat, sehingga dengan demikian masyarakat akan terbebas dari kejahilan dan kedhaifan.⁹

Banyak orang mengakui bahwa hidup menjadi bermakna dan bergairah dengan beragama, karena agama selalu memprediksi kehidupan manusia, jauh ke depan sampai dunia sesudah kematian. Ini menentramkan manusia dalam menghadapi ketidaktahuan manusia tentang kehidupan sesudah mati. Agama diharapkan dapat menjadi motivasi dan dinamisator kehidupan manusia,

⁸ Jadi, visualisasi jauh lebih efektif daripada oralisasi. The Socony Limited, sebuah lembaga penelitian di Amerika Serikat, menyimpulkan: 1. Efektivitas daya lihat: 83 % 2. Efektivitas daya dengar: 11 % . 3. Efektivitas daya cium: 3,5 % 4. Efektivitas daya raba: 1,5 % 5. Efektivitas daya kecap (lidah): 1 %. Lihat, Djamlul Abidin, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*. hal. 52.

⁹ M. Ja'far Puteh. *Dakwah di Era Globalisasi: Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*. hal. 172.

menjadikan manusia yang dinamis, ulet, tekun, kerja keras. Manusia yang serasi dan seimbang; berilmu dan beriman, zikir dan pikir, berdo'a dan bekerja, beramal dan tawakkal, mujur dan syukur. Dakwah adalah suatu kegiatan yang dapat dilihat secara praktis dan teoritis. Artinya dakwah itu dapat dikembangkan dari segi ilmu dan prakteknya di lapangan. Keduanya merupakan suatu kesatuan dan saling mengisi, sehingga makin baik dari segi ilmu akan makin baik praktek dakwahnya; pengalaman praktek dakwah merupakan realitas nyata yang dapat dipakai memperbaharui wawasan keilmuan dakwah.¹⁰

Di era globalisasi, informasi dan industrialisasi kita harus menemukan hikmah dan pelajaran yang baik yang sesuai dengan objek dan pesan dakwah yang dapat memberikan jalan keluar yang sebagaimana diinginkan Allah dan Rasulullah. Sehingga industrialisasi berakibat melahirkan: 1. Manusia yang inovatif. 2. Manusia yang cenderung ingin menginterpretasikan kenyataan secara ilmiah. 3. Manusia yang ingin mengembangkan metode keilmuan dengan mengadakan penelitian dan pengembangan. 4. Manusia yang cenderung menolak kemapanan yang dianggap usang. 5. Manusia yang menghargai waktu, kerja keras, efisiensi, individual, berproduksi, objektif atau secara sinis manusia kikir atau banyak perhitungan dalam shadaqah/ infaq. 6. Gejala-gejala lain yang bisa saja muncul karena watak inovatif dan cenderung adanya perubahan.¹¹ Dengan berbagai poin inovatif yang telah dipaparkan diatas sehingga umat Islam secara general dapat menemukan arti kehidupan yang sebenarnya.

Dakwah Islam tidak mempertentangkan ilmu agama dan bukan agama. Bahkan justru juru dakwah harus mampu menciptakan agama Islam sebagai motivator dan dinamisator pengembangan keilmuan, kerja keras sebagai amal saleh, kepribadian yang luhur, mempertahankan nilai-nilai moralitas yang luhur. Berbagai dakwah haruslah mampu menciptakan manusia yang berkualitas tinggi sebagai panutan, baik terhadap diri sendiri bahkan pada orang lain.

¹⁰ Ibid. hal. 177.

¹¹ H. M. Mastury, *Makalah: Idealisme Dakwah Islamiah Era Industrialisasi*. Yogyakarta: 1995.
hal. 7.

Dakwah Islam secara arif mampu mengeleminir konflik internal dan eksternal. Karena konflik itu dapat membosankan manusia modern harus ada perubahan terhadap wawasan keilmuan dakwah, artinya dakwah sebagai ilmu. Pengembangan pemahaman berbagai objek dakwah juga pengembangan pemahaman tentang metode dakwah jangan monoton; objek dakwah bervariasi ada bermacam-macam kelompok masyarakat dan mempunyai watak berbeda-beda. Metodenya pun harus bervariasi, tidak cukup dengan ceramah saja di berbagai kelompok manusia, tetapi juga pengembangan seni budaya sebagai metode dakwah, karena masyarakat industri adalah masyarakat yang harus kerja keras sehingga perlu hiburan yang bernilai religius sehingga tidak mudah bosan.¹²

Strategi dan metode dalam melaksanakan dakwah yang merupakan sebagai suatu sistem untuk dapat menarik para pendengar agar dapat terserab 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, perlij 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 memerhatikan komponen

¹² *Dakwah di Era Globalisasi: Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*. hal. 179.

¹³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana. 2009. hal. 350.

komunikasi dalam teori Harold D. Lassell, yaitu *Who says What in Which Channel to Whom with What effect* (komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek).¹⁴

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 penda'i lainnya diantaranya ada tiga bentuk yaitu; 1. Strategi sentimentil (*al-manhaj al-'athifi*). 2. Strategi rasional (*al-manhaj al-'aqli*). 3. Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi*). Dalam ayat-ayat tersebut diatas telah mengisyaratkan tiga strategi dakwah, yaitu *Strategi Tilawah* (membacakan ayat-ayat Allah SWT.), *Strategi Tazkiyah* (menyucikan jiwa), dan *Strategi Ta'lim* (mengajarkan Al-Qur'an dan al-hikmah).

Pertama: **Strategi Tilawah**. Dengan strategi ini mitra dakwah diminta mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah mem-baca 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 ciptaanya. 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*).

Kedua: **Strategi Tazkiyah** (menyucikan jiwa). Jika strategi *tilawah'* melalui indra pendengaran dan indra penglihatan, maka strategi *tazkiyah* melalui aspek kejiwaan. Salah satu misi dakwah adalah menyucikan 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.

Ketiga: **Strategi Ta'lim**. Strategi ini hampir sama dengan strategi *tilawah* yakni keduanya mentransformasikan pesan dakwah. Akan ke strategi *ta'lim*

¹⁴ Ibid, hal. 351.

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 Hadith, pendakwah perlu membuat tahapan-tahapan pembelajaran, berbagai sistem dan sumber rujukan target dan tujuan yang ingin dicapai, dan sebagainya.¹⁵

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.¹⁶

Maka dari berbagai pola yang telah dirumuskan diatas sehingga dapat diambil berbagai masukan dan kontribusi wawasan ilmu kepada para penda'i yang sedang dalam memberikan materi dakwah kepada umat Muslim juga sebagai amal ibadah kedepan sehingga ilmu dakwah tersebut tidaklah kaku dan buntu yang pada akhirnya dapat merugikan kegenerasi kedepan.

¹⁵ Ibid. hal. 356.

¹⁶ Pola penyesuaian sebagai *dakwah bial-hikmah* (dakwah dengan bijaksana) antara lain: 1. Bijak dalam mengenal golongan. 2. Bijak dalam memilih saat harus bicara dan saat harus diam. 3. Bijak dalam mengadakan kontak pemikiran dan mencari titik pertemuan sebagai tempat bertolak untuk maju secara sistematis. 4. Bijak tidak melepaskan *shibghah*. 5. Bijak memilih dan menyusun kata yang tepat. 6. Bijak dalam cara perpisahan. 7. Bijak dengan arti keteladanan yang baik (*uswah hasanah* dan *lisan al-hal*).

Penutup

Dakwah adalah merupakan sebagai wasilah untuk menebarkan berbagai wacana dan materi keilmuan keislaman 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 ICT yang maksimal sehingga dengan menyampaikan pesan dan materi dakwah tersebut tidak mengenal batas dan dimensi waktu yang sering dijadikan suatu alasan.

Daftar Perpustakaan

- Ali, Abdullah Yusuf. *The Holy Qur'an*. Beirut: Dar al-Arabia, t.t.
- Ali, M. Syamsi. *Mengislamkan Amerika*. Surabaya: Insa Media Utama, 2007.
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Islam dan globalisasi dunia*. Jakarta: CV Pustaka Al-Kautsar. 2001.
- Al-Zahiri, Tauhid. *al-Tahadiyat allati tuwajihu al-alam al-islami*. Kairo: Darr al-Jamil Linnasyr Wa Tauzi'. 2003.
- Abduh Muhammad. "Komitment Da'i Sejati" (penerjemah) Asep Sobari. Jakarta: Al-F'tishom Cahaya Umat. 2005
- Amin, A. Masyhur. *Metoda Dakwah Islam dan Beberapa Keputusan Pemerintah Tentang Aktivitas Keagamaan*. Yogyakarta: Sumbangsih, 1980.
- Arnold, W. Thomas, *The Preaching Of Islam*, Terj. Drs. A. Nawawi Rembe (Sejarah Da'wah Islam). Jakarta: Wijaya. 1997.
- Bakar, Osman. *Tauhid dan Sains*. Ter. Yuliani Liputo. Bandung: Pustaka Hidayah, 1994.
- Danial Zainal Abidin. "Bahan Berdakwah Untuk Remaja Moden" Kuala Lumpur: PTS Publications & Distributors Sdn. Bhd. 2004.
- Djamalul Abidin, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*. Jakarta: Gema Insani Press. 1996.
- Halimah Badioze Zaman. "Model Pakej Multimedia dalam Pendidikan (MEL): Keterasi dan Model Pendekan Kesusateraan: Bercerita dalam Perkembangan Literasi".1998.
- Hasjmy, A. *Dustur Da'wah Menurut Al-Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang, 1974.
- Hersi Mohammed Hilole. "Islamic Dakwah in the Age of ICT" Kuala Lumpur: AG Grafika Sdn. Bhd. 2003.
- Ismail, A. Ilyas. *Paradigma Dakwah Sayyid Quthub Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Harakah*. Jakarta: Penamadani, 2006
- Jas, Anas. *Da'wah dan Publkasi*, Fak. Ushuluddin IAIAN Sutan Syarif Qasim, Pekanbaru, 1980.

- El-Muhammady, Abdul Halim. *Dinamika Dakwah suatu perspektif dari zaman Awal Islam hingga Kini*. Kuala Lumpur: Budaya Ilmu Sdn Bhd. 1992.
- Fatah Abdul, Rohadi, dan Tata Taufik, Muhammad, *Manajemen Dakwah di Era Global: Sebuah Pendekatan Metodologi*. Jakarta: CV Fauzan Inti Kreasi, 2004.
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana. 2009
- Mohd Rumaizuddin Ghazali. *Panduan Berdakwah Kontemporari*. Kuala Lumpur: PTS Publications & Distributors Sdn. Bhd. 2003.
- Sham, Fariza Md; Ibrahim, Sulaiman; Endot, Ideris. *Da'wah dan perubahan sosial*. Utusan Publications & Distributors Sdn Bhd. 2000.
- Thahlah, Musthafa Muhammad. *Rekonstruksi pemikiran menuju gerakan islam modern*. Solo: Era Intermedia. 2000.
- Toffler, Alvin, *The Third Wave*, Ter. Dra. Sri Koesdiantinah. Jakarta: Panca Simpati. 1990.
- Yasid, Abu. *Islam akomodatif; rekonstruksi pemahaman Islam sebagai agama universal*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta. 2004.