

Dakwah Cerdas di Era Modern

Abdul Basit

Abstract: Tremendous changes of society in practicing their religious teachings require the modifications in proselytizing techniques. This paper explains how the proselytizing is to be delivered effectively in the modern era. It suggests that there are four principles of proselytizing in the contemporary era. *First*, consider the proselytizing as a science and research object to meet the needs of society. *Second*, change the paradigm of proselytizing into Islamic communication science by synthesizing theories of communication with *da'wah* theories based on Islamic teachings. *Third*, upgrade your knowledge of preaching and your skills of implementing information technology in proselytizing. *Fourth*, utilize a variety of popular communication media as much as possible.

Keywords: paradigm of *da'wah* science, modern technology, social changes, Muslim cleric.

Abstrak: Tulisan ini berupaya menjelaskan bagaimana cara berdakwah yang cerdas di era modern, dan berpendapat bahwa ada empat hal yang bisa dilakukan dalam berdakwah di era kontemporer, yakni *pertama*, menjadikan dakwah sebagai objek ilmu yang dapat diteliti dan dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan masyarakat. *Kedua*, mengubah paradigma ilmu dakwah menjadi ilmu komunikasi Islam dengan cara mensintesis teori-teori ilmu komunikasi dengan teori-teori dakwah yang bersumber dari ajaran Islam. *Ketiga*, menyiapkan *da'i* yang mampu beradaptasi dengan perkembangan IPTEK. *Keempat*, memanfaatkan berbagai media komunikasi dan informasi yang banyak dipergunakan oleh masyarakat.

Kata Kunci: paradigm ilmu dakwah, teknologi modern, perubahan masyarakat, *da'i*.

Abdul Basit (abdulbasit1969@gmail.com) adalah Dosen Jurusan Dakwah, STAIN Purwokerto

Pendahuluan

Di era modern ini, mengajar agama Islam tidak lagi menjadi otoritas seorang ulama. Di mana saja, kapan saja dan dengan berbagai cara orang bisa belajar agama Islam. Masyarakat sekarang ini tidak hanya mengandalkan ulama sebagai sumber satu-satunya untuk mendapatkan pengetahuan keagamaan. Masyarakat bisa memanfaatkan televisi, radio, surat kabar, *hand phone*, video, *CD-room*, buku, majalah dan buletin. Bahkan, internet sekarang ini menjadi media yang begitu mudah dan praktis untuk mengetahui berbagai persoalan keagamaan, dari masalah-masalah ringan seputar ibadah sampai dengan persoalan yang pelik sekalipun, semua sangat mudah untuk diketahui dan didapatkan. “*Mbah google*” seringkali dijadikan sebagai sumber dan rujukan utama untuk mendapatkan pengetahuan keagamaan.

Berbeda dengan era agraris, peran ulama dan tokoh agama begitu kuat dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pendapat dan sikap mereka ditiru, didengarkan dan dilaksanakan. Masyarakat rela berkorban dan mau datang ke tempat pengajian yang jaraknya jauh sekalipun, hanya karena cinta mereka kepada para ulama dan ingin mendapatkan *taushiyah* yang dapat dijadikan pedoman dalam menjalani kehidupan yang baik dan benar. Dengan khusyu, tawadlu’, dan memiliki semangat yang tinggi, mereka mendengarkan apa yang diucapkan oleh ulama dan berupaya secara maksimal melaksanakan apa yang telah disampaikannya.

Pergeseran yang luar biasa tersebut tidak bisa dihindari dan diputar ulang seperti era agraris. Ulama dan pemerintah sekalipun tidak bisa merubah kekuatan tersebut. Modernisasi, menurut Anthony Giddens (1990:39) merupakan sebuah keharusan yang tidak bisa ditolak kehadirannya. Modernisasi menjadi bagian dari perjalanan waktu dan ruang yang mesti dilalui oleh semua manusia. Kita hanya bisa menyesuaikan dan mengikuti perkembangan dan perubahan yang terjadi. Konsekuensi logis dari perubahan tersebut, maka pola pikir, sikap, mentalitas, dan perilaku umat hendaknya dirubah mengikuti perkembangan zaman yang ada, termasuk menjalankan ajaran agama.

Fenomena anak muda mengaji al-Qur’an dengan menggunakan *hand phone*, seorang muslimah menggunakan jilbab yang modis,

umrah sebagai *trend* wisata religius, curhat masalah agama dengan menggunakan *twitter* dan *facebook*,¹ pengajian di kantor-kantor dan hotel-hotel, training keagamaan dengan biaya mahal, gerakan shalat dhuha di perusahaan-perusahaan, gerakan wakaf uang dan lain sebagainya merupakan fenomena adanya perubahan-perubahan dalam keberagaman seorang muslim.

Perubahan masyarakat yang fenomenal tersebut, seharusnya diimbangi dengan adanya perubahan cara berdakwah yang dilakukan oleh para *da'i*. Dakwah tidak boleh jalan di tempat dan menggunakan cara-cara yang konvensional saja (ceramah). Dakwah harus dinamis, progresif, dan penuh inovasi. Para *da'i* perlu menciptakan kreasi-kreasi baru yang lebih membumi dan dapat membawa kemaslahatan umat. Jangan sampai dakwah menjadi beban masyarakat dan bahkan bisa memecah belah masyarakat. Dakwah perlu dikemas lebih manusiawi, dialogis, memenuhi kebutuhan dan kemampuan masyarakat.

Bagaimana cara mengemas dakwah yang lebih cerdas pada era modern ini, tulisan ini akan berupaya menjawab permasalahan tersebut. Tulisan ini bertitik tolak dari hasil pengamatan yang penulis lakukan terhadap berbagai aktivitas dakwah yang ada di masyarakat dan sekaligus berdasarkan pada pengalaman yang penulis lakukan dalam berdakwah. Hasil pengamatan dan pengalaman tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan teori-teori dakwah dan komunikasi. Meskipun demikian, tulisan ini bukanlah obat mujarab yang bisa memecahkan seluruh persoalan dakwah yang ada di masyarakat. Anggaplah tulisan ini sebagai bagian dari warna yang ingin memutihkan sisi-sisi kegelapan yang melanda aktivitas dakwah.

Dakwah sebagai Objek Kajian Ilmu

Sebagian besar kegiatan umat Islam dihiasi dengan kegiatan-kegiatan dakwah. Setelah bangun tidur dan melaksanakan shalat shubuh, umat Islam sudah disuguhkan melalui layar televisi berbagai

¹ Pengguna *twitter* di Indonesia sebesar 9,9 juta (per 2011) merupakan pengguna terbesar keempat di dunia setelah Belanda, Jepang dan Brasil. Sedangkan pengguna *facebook* di Indonesia sebesar 35 juta per 2011 merupakan pengguna terbesar kedua di dunia setelah AS, 152 juta. (Kompas 2011).

pengajian atau dialog keagamaan. Kemudian dipertontonkan drama seri atau sinetron keagamaan yang mengisahkan tentang kehidupan umat yang berakhir dengan kebaikan atau kejahatan. Bahkan, dalam waktu-waktu tertentu, televisi mengadakan acara pengajian atau kegiatan dakwah secara *live* (langsung) dari tempat kegiatan berlangsung.

Bagi masyarakat yang tidak memiliki waktu untuk menonton televisi, mereka pun dapat menikmati kegiatan dakwah melalui bacaan-bacaan yang ada di surat kabar, majalah, buku atau internet yang dapat diakses di kantor-kantor, rumah-rumah atau *cafe-cafe* yang tumbuh menjamur di berbagai kota dan pinggiran kota.

Sementara pada masyarakat pedesaan dan sebagian masyarakat perkotaan, kegiatan dakwah begitu intensif dilakukan. Ada kegiatan majelis ta'lim, kultum *ba'da* shalat *rawatib*, kegiatan yasinan, *barjanzi*, peringatan hari besar Islam, *tahlilan*, *aqiqah*, pernikahan, *walimatu-ssafar*, halaqah, seminar, diskusi, bedah buku, bazar, silaturahmi dan bahkan pertemuan warga. Semua kegiatan tersebut tidak terlepas dari kegiatan siraman rohani yang mengajak kepada kebenaran.

Demikian juga, aktivitas dakwah menyentuh pada wilayah-wilayah yang amat privat dan pada masyarakat yang perlu penanganan secara khusus, seperti kegiatan pembinaan yang ada di lembaga pemasyarakatan, konseling bagi pasien yang ada di rumah sakit, pendampingan dan pembinaan pada orang tua atau panti jompo, rehabilitasi pada remaja atau orang yang terkena narkoba dan obat-obatan, pendampingan masyarakat miskin dan anak jalanan, pembinaan terhadap anak-anak nakal dan berbagai kegiatan dakwah lainnya.

Di sisi lain, ada fenomena lain yang juga menarik untuk diteliti dan dikaji lebih dalam, mengapa jumlah pemeluk Islam Indonesia dari waktu ke waktu mengalami penurunan. Jumlah penduduk Islam pada sensus penduduk tahun 1990 sebanyak 87,7% dari total penduduk Indonesia. Pada sensus penduduk tahun 2000 penduduk yang beragama Islam sebanyak 87,21% dari total penduduk Indonesia dan pada tahun 2010, penduduk Indonesia yang beragama Islam menjadi 85,1% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 237.641.326 orang. Penulis belum menemukan hasil penelitian apakah penurunan ini akibat dari kegagalan dakwah, pindahnya umat Islam ke agama lain,

berkembangnya aliran kebatinan, ataukah karena keberhasilan pemerintah dalam menekan umat Islam memiliki keluarga kecil, sementara umat lain tidak melakukannya.

Begitu pula ada fenomena yang menarik setelah adanya reformasi di Indonesia (1998). Islam yang berkembang di Indonesia dan menguasai wacana adalah Islam yang radikal dan fundamental. Islam yang keras terhadap umat di luar Islam dan bahkan terhadap umat Islam sendiri. Islam yang umatnya menggunakan baju taqwa, memegang tongkat, mulutnya mengucapkan “Allahu Akbar”, tetapi perilakunya menghancurkan orang-orang yang tidak berdosa, fasilitas umum dan pusat-pusat perdagangan dan ekonomi.

Jika di Amerika dan negara-negara Eropa, akibat terjadinya peristiwa 11 September 2001 yang menghancurkan pusat perdagangan di Amerika yang menghebohkan dunia, banyak pemeluk di luar Islam yang tertarik terhadap Islam dan telah terjadi peningkatan secara dramatis penjualan al-Qur'an dan buku-buku Islam. Islam menjadi fenomena Amerika, dan bahkan bagian dari kebudayaan global (Baidhawiy 2010:4). Lantas di Indonesia apakah dengan munculnya Islam radikal dan fundamental ini dapat meningkatkan kualitas atau kuantitas umat Islam?

Islam juga mendapatkan tekanan yang luar biasa dari para pemeluknya. Islam ibarat daging yang sedang ditusuk duri dari dalam dirinya. Banyak umat Islam yang mendirikan aliran dan paham sesat. Mereka mengaku Nabi atau wali yang mendapatkan ilham dari Tuhan dengan mengacak-ngacak ajaran Islam yang dicampurbaurkan dengan budaya atau tradisi-tradisi yang menyimpang dari ajaran Islam. Para pengikutnya seakan ditusuk mata dan hatinya. Mereka ikut ajaran tersebut bagaikan dihipnotis. Mereka tidak sadar kalau salah dalam mengikuti ajaran. Dalam kondisi tersebut, kita tidak bisa menghakimi dan menyalahkan mereka seratus persen, tetapi perlu mempertanyakan dan mengevaluasi strategi dakwah yang kita lakukan. Sudahkan dakwah kita berhasil menyentuh pikiran, hati dan jiwa mereka?

Itulah beberapa fenomena yang menarik untuk diteliti dan dicermati sebagai objek kajian dari keilmuan dakwah. Dakwah bukan hanya dianggap sebagai aktivitas atau seni yang tidak membutuhkan

landasan filosofi. Aktivitas dakwah perlu dievaluasi dengan menggunakan parameter yang jelas dan dapat ditinjau ulang manakala terjadi penyimpangan atau kurang efektif. Oleh karena itu, ke depan perlu ada upaya penguatan riset-riset wilayah dakwah.

Merubah Paradigma Dakwah

Dalam *Annual International Conference on Islamic Studies* (AICIS) yang diselenggarakan oleh IAIN Sunan Ampel Surabaya pada tanggal 5-8 November 2012, keberadaan keilmuan dakwah dipertanyakan. *Quo Vadis* keilmuan dan pendidikan yang ada di Fakultas atau Jurusan Dakwah? Pertanyaan tersebut memang bukan sesuatu yang baru. Sebelum mendapatkan pengakuan dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), pertanyaan tersebut telah mencuat ke permukaan dan menjadi agenda besar di Fakultas atau Jurusan Dakwah. Namun, pertanyaan yang ada dalam AICIS kali ini dapat menjadi bahan evaluasi dan urgen untuk dikemukakan kembali. Mengingat perkembangan keilmuan dakwah dari semenjak pengakuan LIPI (1982) hingga sekarang belum mengalami perkembangan yang signifikan.

Keilmuan dakwah belum mampu memberikan landasan filosofi terhadap pesatnya perkembangan aktivitas dakwah di masyarakat. Implikasinya, aktivitas dakwah tidak bisa dikendalikan dan dievaluasi efektivitasnya. Dakwah bisa jadi menjurus kepada kekerasan, konflik dan menyedihkan masyarakat. Selain itu, keilmuan dakwah juga belum mampu menyiapkan lulusan dari Fakultas atau Jurusan dakwah yang dapat berkiprah dan mendapat pengakuan dari masyarakat.

Moh. Ali Aziz (2012: 3), salah seorang narasumber AICIS di Surabaya, menyatakan bahwa dakwah perlu dilakukan *rebranding* dengan cara membangun landasan filosofis dari keilmuan dakwah dan memperkuat peran organisasi dakwah secara profesional. Perlunya *brand* baru disebabkan karena term dakwah dikenal di masyarakat sebagai term normatif, kurang *compatible* dengan era modern dan cenderung bersifat keakhiratan. Kalaupun dikenal, dakwah identik dengan ceramah atau *tabligh*. Begitu pun pada masyarakat Barat, pemaknaan dakwah diterjemahkan sebagai kegiatan missionaris (Poston 1992: 3) dan propaganda (Mowlana 1996: 116). Dakwah

secara akademik tidak banyak diketahui oleh masyarakat, padahal jumlah Fakultas atau Jurusan Dakwah di Perguruan Tinggi Agama Islam di Indonesia kurang lebih ada 53 Fakultas/Jurusan Dakwah.

Sejalan dengan gagasan Moh. Ali Aziz, menurut penulis perlu ada perubahan paradigma keilmuan dakwah menuju komunikasi Islam. Paling tidak, ada empat alasan utama mengapa perubahan paradigma ini amat diperlukan: *Pertama*, pemerintah melalui Peraturan Menteri Agama No. 36 Tahun 2009 tentang Penetapan Pembidangan Ilmu dan Gelar Akademik di Lingkungan Perguruan Tinggi Agama telah melegitimasi gelar keserjanaan alumni Fakultas/Jurusan Dakwah dengan sebutan Sarjana Komunikasi Islam (S. Kom.I). Gelar tersebut tentunya bukan bersifat latah atau hanya ikut-ikutan *trend*, tetapi perlu dibangun landasan epistemologi keilmuan yang jelas. Tanpa landasan keilmuan yang kokoh, gelar keserjanaan tersebut dapat dipertanyakan dan pendidikan yang ada di Fakultas/Jurusan Dakwah diragukan profesionalismenya.

Kedua, beberapa Fakultas telah merubah nomenklatur kelemagaannya dengan menambahkan kata komunikasi pada Fakultas/Jurusan Dakwah, seperti UIN Syarif Hidayatullah dan beberapa PTAI lainnya. Sementara, jurusan/program studi yang ada tidak mengalami perubahan sesuai dengan penambahan kata komunikasi.

Ketiga, kecenderungan aktivitas dakwah yang ada di masyarakat dan mendapatkan respons positif ketika aktivitas dakwah dikemas dengan menggunakan berbagai teknologi informasi dan komunikasi. Suksesnya dakwah yang dilakukan oleh Yusuf Mansur, Aa Gym, Ary Ginanjar, Dhompot Dhuafa merupakan contoh kecil aktivitas dakwah yang banyak memanfaatkan media informasi dan komunikasi, seperti televisi, *hand phone*, internet, surat kabar dan lain sebagainya.

Keempat, secara keilmuan, terdapat banyak kesamaan antara ilmu dakwah dengan ilmu komunikasi, terutama dalam sisi ontologi dan aksiologi. Istilah-istilah dakwah seperti *da'i*, *mad'u*, materi, media, metode dan yang lainnya merupakan istilah-istilah yang dipergunakan sebelumnya oleh ilmu komunikasi, yaitu komunikator, komunikan, pesan, dan metode. Selain itu, aktivitas dakwah merupakan aktivitas

yang berorientasi pada proses penyampaian pesan dan interpretasi makna. Proses ini tidak jauh berbeda dengan aktivitas komunikasi.

Perubahan paradigma keilmuan dakwah menuju komunikasi Islam, menurut Andi Faisal Bakti (2009: 9), dengan cara mengadopsi bangunan teori yang ada di dalam ilmu komunikasi umum (sekuler). Menurutnya, penafsiran modern dari nilai-nilai Islam harus dibawa ke dalam komunitas non muslim sehingga Islam dapat dipahami. Demikian juga, nilai-nilai yang bersumber dari Barat dapat diintegrasikan dalam kurikulum pendidikan Islam. Bertitik tolak dari pemahaman tersebut, Bakti membuat matrik tentang ilmu komunikasi Islam (ilmu dakwah) sebagai berikut:

Islamic communication (da'wah)	Secular communication
Tabligh (tanzir, ta'aruf)	Information (SMCR, E-Convergence, Active Recipient)
Taghyir (nafs, qaum, ummah, tawhid)	Change (modernization, dependency, multiplicity)
Amar ma'ruf nahi munkar (amanu, amal shaleh, al-haq, al-sabr)	Development (Diffusion of Innovation, social marketing, participatory, self Help)
Akhlaq (al-maw'izah, al-hikmah, ahsanul mujadalah, al-karimah, la-fitnah, la-zhan, ta'awun, mushawah/shura)	Ethics / wisdom

Gambar 1 'Matrik Ilmu Komunikasi Islam'

Dari matrik di atas, Bakti mempertegas bahwa teori-teori dakwah dapat dikembangkan dengan cara mengadopsi teori-teori yang berasal dari ilmu komunikasi yang telah kokoh keberadaannya. Dengan cara demikian perkembangan ilmu dakwah tidak hanya berkuat pada wacana apakah dakwah itu ilmu atau hanya pengetahuan saja. Jika kajian ilmu dakwah melebar kepada ilmu sosial secara luas atau sebagai ilmu interdisipliner, maka ilmu dakwah tidak akan menjadi ilmu yang mandiri dan memiliki bangunan epistemologi yang jelas.

Pendapat Bakti juga diperkuat dengan pendapat Hamid Mowlana (1996: 116) yang menyatakan bahwa dakwah (tabligh) merupakan sebuah teori tentang komunikasi dan etika (*tabligh is a theory of*

communication and ethics). Dalam bahasa yang lain, Toto Tasmara (1997:39) menyatakan bahwa dakwah adalah komunikasi khas yang berbeda dengan komunikasi lainnya, terutama berkaitan dengan cara dan tujuan yang akan dicapai.

Mempersiapkan *Da'i* dengan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Untuk mendukung adanya perubahan dalam berdakwah, para *da'i* perlu terus menerus meningkatkan wawasan, ilmu dan kemampuan teknis yang diperlukan dalam melakukan dakwah. *Da'i* tidak merasa puas dengan ilmu yang dimilikinya, melainkan terus belajar, belajar sepanjang hayat (*long life education*). Apalagi pada era informasi seperti sekarang ini, kemampuan *da'i* dalam mengoperasikan komputer dan internet merupakan prasyarat yang tidak bisa ditawar-tawar.² Dengan komputer *da'i* bisa menulis dan menyimpan gagasan-gagasan yang akan disampaikan kepada masyarakat, bisa dimanfaatkan untuk mengoperasikan LCD, membaca kitab-kitab dan al-Qur'an dengan bantuan *cd-room*, mengakses internet dan lain-lain.

Mengapa *da'i* perlu memiliki kemampuan di bidang komputer dan internet? Karena masyarakat sebagai obyek dakwah, semakin banyak yang memanfaatkan komputer dan internet. Sekarang ini komputer dan internet sudah diperkenalkan pada anak-anak di tingkat Sekolah Dasar, bahkan sejak Taman Kanak-Kanak. Pemerintah pun sudah berupaya membantu jaringan internet agar bisa masuk ke desa-desa. Fasilitas *hand phone* sudah dipenuhi dengan sistem yang bisa mengakses internet. Rumah makan, hotel, kampus, sekolah, perkantoran dan lain sebagainya telah menyediakan *hotspot area* (daerah bebas berinternet). Jika masyarakat telah begitu terbuka untuk bisa memanfaatkan komputer dan internet, sementara *da'i* tidak mau tahu komputer dan internet, bisa terjadi "kiamat" bagi *da'i* tersebut dan kegiatan dakwahnya kurang mengikuti perkembangan masyarakat.

² Belajar komputer dan internet bukanlah perkara yang sulit bagi para *da'i*, jauh lebih sulit belajar bahasa Arab atau bahasa Jawa. Satu sampai tiga hari, dijamin bisa manakala ada kemauan kuat untuk belajar. Prinsipnya jangan takut salah, komputer tidak akan rusak atau terbakar, dan jangan malu bertanya.

Kemudian pada era modern ini, ilmu yang berkembang bersifat multidisipliner dan komplementer. Ilmu agama yang selama ini menjadi pegangan *da'i* (sumber utama) perlu diperkuat dengan keilmuan lainnya agar apa yang disampaikan ke masyarakat menjadi kokoh dan dapat dioperasionalkan di lapangan. Ilmu agama Islam dapat diperkuat dengan menggunakan kajian ilmu psikologi, sosiologi, sejarah dan sebagainya. Oleh karena itu, *da'i* perlu memperkuat ilmu agama yang dimilikinya dengan menambah wawasan dan pengetahuan yang berdasar dari ilmu-ilmu sosial, humaniora maupun ilmu-ilmu alam.

Contoh menarik fatwa Syekh Adil al-Kalbani, salah seorang Imam Mesjid Mekah, yang melawan arus pendapat umum di kalangan ulama Saudi. Al-Kalbani, yang semula membela pendapat yang mengharamkan musik dan nyanyian tiba-tiba berubah pikiran dan menganggap bermain musik dan menyanyi tidaklah bertentangan dengan ajaran Islam. Fatwa ini mendapat kritik keras dari kalangan ulama senior Saudi Arabia yang menganggap bermusik dan bernyanyi, baik dilakukan di antara orang banyak maupun sendirian, diharamkan oleh syariat Islam. Wacana tentang musik dan nyanyian ini cukup mendapat perhatian dan dibicarakan dalam media massa. Banyak ulama yang menentang akan tetapi tidak sedikit yang mendukung al-Kalbani (Djohan Effendi 2010:6). Jika fatwa tersebut hanya berpedoman pada sumber agama saja tanpa memperhatikan kajian sosiologi masyarakat, maka fatwa tersebut akan bertabrakan dengan realitas yang berkembang di masyarakat bahwa musik merupakan kebutuhan masyarakat dan bahkan menjadi industri kreatif yang bisa mensejahterakan masyarakat.

Dengan memperluas pendekatan dalam mengembangkan ilmu agama Islam, maka kegiatan dakwah pun bisa diperluas dengan berbagai pendekatan. Karena kegiatan dakwah diturunkan dari keilmuan dakwah yang *notabene* menjadi bagian dari keilmuan agama Islam. Kegiatan dakwah bisa didekati dengan Ilmu Manajemen, Politik, Sosiologi, Antropologi, Ilmu Kesehatan dan sebagainya. Dengan cara demikian, kegiatan dakwah amat variatif. Kegiatan dakwah dapat mengakomodir berbagai kebutuhan yang berkembang di masyarakat.

Jika kita belajar dari cara guru untuk meningkatkan kompetensi siswa, biasanya guru kelas melakukan penelitian tindakan kelas. Dengan penelitian tersebut diharapkan guru dapat mengetahui secara jelas apa permasalahan yang dihadapi oleh siswa dan bagaimana alternatif pemecahannya. Demikian juga dengan kegiatan dakwah, ketika *da'i* melakukan dakwah, sebaiknya *da'i* mengetahui kebutuhan dan kemampuan yang dimiliki objek dakwah. "Dakwah sambil meneliti" merupakan cara cerdas yang dapat diaplikasikan pada saat ini.

Da'i perlu melebur dan turun secara bersama-sama dalam memecahkan problematika yang dihadapi oleh masyarakat. *Da'i* tidak hanya bersikap "NATO" (*No Action Talking Only*) dan hanya sebagai narasumber, melainkan juga sebagai motivator, manajer, fasilitator, dan inisiator. Masyarakat kesulitan dalam memecahkan masalahnya karena minimnya masyarakat yang menjadi penggerak perubahan. Tidak banyak pemimpin Islam yang memiliki kepedulian pada masyarakat yang *mustad'afin*. Padahal ajaran Islam amat mendorong umatnya untuk peduli pada kaum *mustad'afin*.³ Pada konteks inilah, *da'i* perlu mengambil peran sebagai pemimpin yang dapat melakukan perubahan pada masyarakat. Firman Allah mempertegas peran *da'i* dalam *da'wah bil-qaul* dan *da'wah bil-'amal*.

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾

Artinya; "siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku Termasuk orang-orang yang menyerah diri?" (QS. 41: 33).

Problem utama masyarakat Indonesia adalah kemiskinan. Berdasarkan data Februari 2010, angka pengangguran di Indonesia berada di kisaran 10% atau 23 juta orang. Hal tersebut terkait dengan pertumbuhan ekonomi yang hanya sebesar 5,5% sehingga dinilai tidak cukup untuk menyerap tenaga kerja di usia produktif.

³ Sepuluh surat awal (*al-Lahab*, *al-Ma'un*, *al-Humajah*, *al-Dbuha* dan sebagainya) yang diturunkan oleh Allah swt mengecam pada umat yang tidak memedulikan sesama dan orang-orang yang lemah.

Problem tersebut menjadi tanggung jawab bersama untuk mengatasinya, termasuk para *da'i*. Jangan sampai masyarakat menjadi kufur akibat terbelit ekonomi atau mengalami busung lapar akibat kekurangan makanan. Bagaimana mungkin, negara Indonesia yang subur dan makmur, sementara masyarakatnya miskin dan kelaparan. Hal ini berarti ada yang salah dalam mengurus negara atau dalam memberdayakan masyarakatnya. Aparat negara melakukan korupsi atau ketidakadilan dalam menerapkan kebijakan ekonomi. Sedangkan masyarakat kurang mendapatkan pendidikan dan motivasi guna menggali kekayaan yang subur dan makmur tersebut.

Dalam memberantas korupsi dan ketidakadilan, *da'i* dapat membangun gerakan bersama untuk melawan korupsi dan ketidakadilan. Gerakan dilakukan dengan cara membangun opini bahwa korupsi adalah haram, mendirikan lembaga pengawas atau memberikan sanksi moral bagi para pelaku korupsi.

Sementara dalam memberdayakan masyarakat, *da'i* dapat merubah ideologi ancaman dan hukuman yang selama ini menjadi pesan dakwah menuju ideologi kemakmuran dan kesejahteraan atau dari materi yang bersifat teologis menuju materi yang bersifat sosiologis. Ajak masyarakat untuk bekerja keras, mengenal dunia, disiplin waktu, memanfaatkan alam, menjaga lingkungan yang bersih, saling berbagi dan lain-lain.

Jama'ah seringkali diajak untuk meninggalkan dan menjauhi dunia, bahkan kalau perlu hidup miskin karena Nabi selalu bersama dengan orang miskin. (ini dalil yang selalu dipakai). Kemudian diperkuat dalil al-Qur'an dengan mengancam orang yang cinta harta *"kecelakaanlah bagi setiap pengumpat lagi pencela. Yang mengumpulkan harta dan menghitung-hitung. Dia mengira bahwa hartanya itu dapat mengekalkannya. Sekali-kali tidak! Sesungguhnya Dia benar-benar akan dilemparkan ke dalam Huthamah"* (QS. 104: 1-4). Kalau dalil semacam ini yang terus diberikan kepada umat Islam, apa bisa umat Islam diharapkan bisa maju. Sementara mereka terus diminta untuk beramal dengan harta dalam kehidupan ajaran agama. Terjadilah kontradiksi berpikir dalam diri *da'i*. Ini yang perlu diperbaiki.

Mengapa *da'i* tidak mengajak umatnya untuk menjadi orang kaya yang dermawan, rajin ibadah, dan aktif dalam kegiatan keagamaan. “Orang yang mencari kayu bakar di gunung kemudian di jual ke pasar jauh lebih mulya dibandingkan dengan orang yang minta-minta” (al-Hadits) dan Firman Allah “Adapun orang yang memberikan (hartanya di jalan Allah) dan bertakwa. Dan membenarkan adanya pahala yang terbaik (syurga). Maka Kami kelak akan menyiapkan baginya jalan yang mudah” (QS. 92: 5-7). Dengan kekayaannya dia mampu menyekolahkan anaknya, dapat menyempurnakan keislamannya dengan menunaikan ibadah haji, dapat bershadaqah, dapat membantu orang lain dan banyak lagi kegiatan yang dapat dilakukan dengan kekayaannya. Secara logika seorang kaya beramal 100.000,- yang belum tentu ikhlasnya jauh lebih manfaat daripada seorang miskin yang beramal 1.000,- yang katanya ikhlas. Padahal keikhlasan itu sulit untuk diketahui dan sangat personal.

Untuk mendukung *da'i* dalam memberdayakan masyarakat, *da'i* bisa mengembangkan beberapa fasilitas hukum yang diperkenalkan Allah swt seperti zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf. Fasilitas inilah yang bisa dijadikan modal utama dalam pemberdayaan masyarakat. Kantong-kantong kekayaan di masyarakat Indonesia pada dasarnya tinggi. Hal penting yang diperlukan adalah bagaimana memberikan pemahaman dan kepercayaan kepada masyarakat bahwa dana mereka dapat disalurkan pada jalan yang benar. Disinilah pentingnya *da'i* memiliki kemampuan dalam manajemen dakwah.

Dhompot Dhuafa merupakan salah satu Lembaga ZISWAF (filantropi Islam) yang sukses memanfaatkan dana umat untuk kesejahteraan masyarakat. Lembaga tersebut memiliki lembaga pendidikan untuk orang miskin, lembaga kesehatan cuma-cuma, bimbingan rohani bagi pasien, membantu tindakan darurat bagi masyarakat yang terkena musibah, membantu para pedagang dan sebagainya. Dhompot dhuafa membidik kalangan muda kelas menengah terdidik yang memiliki kesadaran tinggi untuk membayar zakat. Demikian juga, Yusuf Mansur dengan “wisata Hati”nya sukses mendulang dana umat untuk membangun pesantren Qur'an di berbagai daerah. Kata kunci yang

digunakan Dhompot Dhuafa dan Yusuf Mansur dalam meraih kesuksesan mengelola ZISWAF adalah pada “Trust” (kepercayaan).

Suatu pengalaman menarik yang penulis dapatkan ketika berkunjung di kediaman “Sai Baba” di kampung Putthaparti, India. Di sana pendidikan dari mulai taman kanak-kanak sampai program pascasarjana (S.3) diberikan secara gratis, pengobatan dari mulai pengobatan ringan hingga pengobatan berat semua tidak dikenakan biaya, dan air bersih yang layak diminum semuanya diberikan secara percuma kepada masyarakat. Dari mana mereka mendapatkan uang yang begitu banyak, ternyata didapatkan dari para donatur yang datang dari berbagai belahan dunia. Mereka percaya (*trust*) kepada Sai Baba, seorang tokoh spiritualis, memberikan dananya untuk dikelola demi kemaslahatan masyarakat yang ada di India tersebut.

Penulis meyakini, kita pun sebenarnya memiliki kemampuan untuk bisa mengelola dana umat manakala kita memiliki kemampuan manajerial yang profesional dan dipercaya umat. Persoalannya, bagaimana membangun kepercayaan yang kuat dari masyarakat. Mulailah dari kerja-kerja kecil yang dilakukan secara profesional demi kesejahteraan masyarakat. Tunjukkan kepada masyarakat bahwa kita memiliki kemampuan dan dapat dipercaya oleh masyarakat. Gagasan besar apapun tanpa ada tindakan nyata sulit untuk direalisasikan. Oleh karena itu, *da'i* perlu terjun langsung menggerakkan masyarakat dengan menciptakan berbagai model gerakan dakwah yang bisa membawa kesejahteraan bagi masyarakat.

Memfaatkan Teknologi Informasi

Dalam era modern ini, perkembangan di bidang teknologi informasi sedemikian pesatnya sehingga kalau digambarkan secara grafis, kemajuan yang terjadi terlihat secara eksponensial dan tidak ada yang dapat menahan lajunya perkembangan teknologi informasi (Bungin 2008: 143). Amat disayangkan manakala kemajuan teknologi informasi ini tidak dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah. Apalagi dalam realitas sekarang ini, hampir sebagian besar masyarakat telah memiliki peralatan teknologi informasi, baik komputer, internet, *hand phone*, dan sebagainya. Ibaratnya, dunia masyarakat sekarang ini adalah

dunia teknologi informasi. Masyarakat akan dianggap “kuper” (kurang pergaulan) atau “gaptek” (gagap teknologi) apabila tidak mempunyai peralatan teknologi informasi.

Salah satu contoh peralatan teknologi yang banyak disukai oleh masyarakat adalah televisi. Kehadiran televisi bagi masyarakat industri bagaikan “agama baru”. Betapa tidak, televisi telah menggeser agama-agama konvensional. Khotbahnya didengar dan disaksikan oleh jamaah yang lebih besar dari jamaah agama apapun. Rumah ibadahnya tersebar di seluruh pelosok bumi, ritus-ritusnya diikuti dengan penuh kekhidmatan dan dapat menggetarkan hati serta mempengaruhi bawah sadar manusia. Kehadiran televisi juga telah mengambil sebagian besar waktu manusia untuk menonton televisi. Menurut *Broadcasting Year-book* (1985) rumah-rumah di Amerika Serikat, 25 % menonton TV di waktu pagi, 30 % di waktu sore, dan 63 % di waktu malam (jam 8-11), dan hampir $\frac{3}{4}$ atau 84 % dari mereka adalah menonton televisi (Jeffres 1986: 122).

Selain kehadiran televisi yang luar biasa dahsyatnya, televisi juga memberikan pengaruh sosial, politik, ekonomi dan budaya. Secara sosial, televisi mempengaruhi efek psikologis dari para penonton, terutama pengaruh kekerasan dan hubungan antar jenis. Secara politik, televisi mempengaruhi struktur politik, opini publik, dan kultur politik. Secara ekonomi, televisi dapat mempengaruhi pola konsumsi individu/masyarakat dan harga-harga di pasar. Terakhir, secara budaya televisi berpengaruh terhadap perkembangan budaya di berbagai negara (Jeffres 1986:122).

Secara garis besar, program di televisi dibagi menjadi dua bagian, yaitu: Program-program fiksi dan *reality programs*. Program fiksi dapat berupa film-film *cartoon* atau *sitcom* (film atau sinetron yang menampilkan kehidupan keluarga dengan menampilkan tokoh-tokoh fiktif). Sementara program realitas dapat berupa berita-berita, dokumen-dokumen (seperti acara ABRI, keindahan alam, kreasi kerajinan dan sebagainya), memasak, olah raga, dan acara hiburan (musik) secara *live*.

Umat Islam dapat mengisi program-program televisi yang fiksi. Saat ini program-program fiksi lebih banyak menampilkan kekerasan-kekerasan. Anak-anak kita setiap hari dalam beberapa jam ditampilkan

film-film *cartoon* yang menampilkan kekerasan. Dalam suatu laporan dari Pusat Penelitian Anak bahwa program-program televisi untuk orang dewasa jauh lebih sedikit kekerasannya dibandingkan dengan program komersial untuk anak. Ada kurang lebih 20 sampai 25 aksi kekerasan perjam diberikan kepada anak melalui *cartoon*, sementara 3 sampai 5 aksi kekerasan selama perjam diberikan kepada orang dewasa. Belum lagi ditambah dengan sinetron-sinetron atau film-film keluarga yang menampilkan kekerasan-kekerasan pada anak seperti sinetron ratapan anak tiri. Demikian juga, sinetron/film remaja yang banyak menampilkan aksi-aksi kekerasan yang ditayangkan pada jam-jam tayang dimana anak-anak sulit untuk menghindari dan tidak mau beranjak dari hadapan televisi, seperti tendangan si Madun, bukan Mawar tetapi Melati dan banyak lagi sinetron remaja yang sedang digandrungi seluruh stasiun televisi.

Kekerasan-kekerasan yang ditampilkan oleh televisi itu sangat berpengaruh terhadap perilaku anak-anak. Televisi akan membentuk pikiran anak-anak, terutama *image*-nya tentang kekerasan. Selain itu, televisi juga mampu mendistorsi jalan pikiran anak-anak tentang realitas kehidupan sehingga anak-anak mudah frustrasi, kurang bersahabat, dan lebih agresif. Ada beberapa alasan yang mendasarinya, diantaranya: pertama, sebelum usia tujuh tahun, anak tidak mampu menghubungkan cerita dari awal hingga akhir atau tidak memahami alur (*plot*) cerita. Kedua, anak lebih mengingat aksi fisiknya dibandingkan dengan percakapan-percakapan yang ada. Ketiga, sebelum usia lima tahun anak belum mampu membedakan antara hayalan dengan realita, akibatnya anak mudah sekali untuk berperilaku kekerasan.

Memang harus diakui juga bahwa pada saat ini di beberapa stasiun televisi sedang marak-maraknya menayangkan sinetron-sinetron religius. Keberadaan sinetron ini, paling tidak, dapat meramaikan syiar Islam dan sekaligus dapat meminimalisir adanya adegan-adegan kekerasan di televisi. Kita sebagai umat Islam semestinya bersyukur dan berterima kasih kepada para pengelola station televisi dan rumah produksi (*production house*) beserta para aktor/aktris yang terlibat dalam sinetron-sinetron religius.

Meskipun demikian, ada beberapa hal yang perlu diperbaiki dan dikembangkan di masa depan. *Pertama*, sinetron-sinetron yang ada pada umumnya masih berkuat pada tema-tema penebalan iman atau penghukuman Allah atas pendosa. Sayangnya, penebalan iman yang disampaikan hanya dilihat dengan kaca mata hitam putih. Si pendosa mendapatkan hukuman di dunia ini, biasanya menjelang kematian atau di tempat pemakaman. Hukuman yang diberikan seakan-akan benar terjadi, padahal dalam realitas bisa jadi hal tersebut sulit ditemukan keberadaannya. Apakah benar itu sebuah hukuman Tuhan ataukah itu hanya gejala alamiah yang disebabkan oleh penyakit yang diderita oleh makhluknya. Kejadian yang belum jelas dasarnya kemudian dijustifikasi oleh seorang Ustadz tentang kebenaran cerita tersebut berdasarkan kutipan ayat atau hadits. Akibatnya penonton diarahkan pada pemahaman keagamaan yang dangkal dan akal yang diberikan Tuhan tidak difungsikan secara kritis dan analitis.

Kedua, ada sebagian sinetron yang bersifat sinkretis (penggabungan unsur mistik dengan unsur agama), terkadang unsur mistiknya lebih kuat. Sinetron semacam ini sulit untuk dikatakan bisa menebalkan iman seseorang, justru dapat membawa seseorang kepada jurang kemusyrikan. Banyak cerita-cerita aneh yang sulit diterima secara logika atau nalar kritis seorang manusia. Dalam ajaran Islam, aktivitas-aktivitas yang berbau mistik (*magic*) dilarang dalam Islam, karena hal tersebut dapat menimbulkan kemusyrikan.

Ketiga, terkadang penonton televisi dipamerkan dengan akting para aktor/aktris sinetron religius yang begitu bagus keislamannya. Namun, di tempat yang sama penonton juga dipamerkan oleh aktor/aktris sinetron religius dengan perilaku yang justru berseberangan dengan apa yang dimainkan. Dengan kata lain, si aktor/aktris dalam sinetron religius bisa menjadi Ustadz, tetapi di luar sinetron bisa jadi “penjahat” atau bisa mengotori ajaran agama. Jadi masih banyak aktris/aktor yang hanya memenuhi tuntutan pasar atau rating saja. Mereka belum menjadikan apa yang diperankannya itu sebagai ekspresi keimanannya sebagai seorang muslim dalam mengembangkan seni.

Bertitik tolak dari urain di atas, peluang besar menantang kita sebagai umat Islam untuk mengisi kekosongan-kekosongan atau kele-

mahan-kelemahan yang ada. Film-film fiksi (*cartoon*) anak-anak yang membawa nuansa sejuk, penuh pendidikan dan memiliki nilai-nilai keagamaan menjadi lahan empuk untuk dikembangkan. Begitu juga, film-film/sinetron-sinetron keluarga yang bertitik tolak dari realitas dan mampu membangkitkan semangat untuk berusaha keras serta jauh dari aksi-aksi kekerasan.

Berkaitan dengan sinetron religius, masih banyak tema yang bisa diangkat ke permukaan dan relevan dengan realitas umat Islam. Kehidupan sosial keagamaan remaja, muslim taat yang sukses berkarir dari bawah, kehidupan keberagaman masyarakat pedesaan yang unik dan bersahaja, santri yang sukses dalam berwiraswasta, dan sebagainya. Angkatlah tema-tema yang bisa memotivasi dan menjadi contoh bagi umat Islam untuk menjadi maju dalam kehidupan dunia dengan tetap memperhatikan nilai-nilai keislaman dan buatlah alur cerita yang tidak begitu kental dengan nuansa dakwahnya. Pada prinsipnya nilai-nilai Islam menjadi warna dalam alur cerita di dalam sinetron. Itulah yang penulis maksudkan bahwa seni tidak bisa dilepaskan dengan dakwah. Dalam seni terpancar nilai-nilai Islam sehingga orang terpenggil untuk mengikuti. Demikian juga, dakwah yang sejuk dan tidak memaksa merupakan cerminan rasa estetika (seni) yang ada pada diri *da'i* yang bisa disalurkan melalui media atau secara langsung.

Kesimpulan

Sebagai catatan akhir, penulis ingin menegaskan kembali bahwa dakwah yang cerdas di era modern ini dapat dilakukan dengan memposisikan dakwah sebagai ilmu yang dapat dikembangkan dan dievaluasi keberadaannya. Lantas, keilmuan dakwah yang ada sekarang ini sudah saatnya dikembangkan menjadi ilmu komunikasi Islam yang lebih *compatible* dengan perkembangan masyarakat dan ilmu pengetahuan di era modern ini. Selain itu, kemampuan *da'i* dalam menciptakan dan memanfaatkan teknologi informasi sebagai media dakwah perlu terus menerus diupayakan agar dakwah betul-betul dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Prinsip "*khair al-nas anfa'uhum li al-nas*" dapat dijadikan landasan oleh para *da'i* dalam menggerakkan

kegiatan dakwah di masyarakat. Semoga Allah mengabulkan segala upaya yang kita lakukan. *Wallahu a'lam bi al-shawab.*

Referensi

- Aziz, Moh. Ali. 2012, *A Roadmap for Rebranding Da'wah*, makalah dipresentasikan pada AICIS, Surabaya, 5-8 November.
- Baidhawiy, Zakiyudin. 2010, *Dinamika Radikalisme dan Konflik Bersentimen Keagamaan di Surakarta*, makalah dipresentasikan pada ACIS ke-10, Banjarmasin 1- 4 November.
- Bakti, Andi Faisal. 2009, *Applied Communication to Dakwah for Peace*, makalah dipresentasikan pada Kuliah Umum di Pascasarjana UIN Alauddin Makasar 1 September.
- Bungin, Burhan. 2008, *Sosiologi Komunikasi*, Kencana, Jakarta.
- Effendi, Djohan, *Islam di Antara Teks dan konteks*, makalah disampaikan dalam Annual Conference on Islamic Studies (ACIS) ke-10, Banjarmasin, 1-3 Nopember.
- Giddens, Anthony. 1990, *The Consequences of Modernity*, Stanford University Press, California.
- Jeffres, Leo W.1986, *Mass Media Process and Effects*, Waveland Press, Illinois.
- Mowlana, Hamid.1996, *Global Communication in Transition the End of Diversity?* Sage Publications, London.
- Poston, Larry. 1992, *Islamic Da'wah in the West*, Oxford University Press, New York.
- Tasmara, Toto 1997, *Komunikasi Dakwah*, Gaya Media Pratama, Jakarta.