

STRATEGI DAKWAH MASYARAKAT KOTA

Alim Puspianto

STAI Luqman al Hakim Surabaya
alimpuspianto@gmail.com

Abstrak

Tidak bisa dipungkiri bahwa keanekaragaman dan karakteristik masyarakat yang berbeda membuat strategi dakwah yang dipakai oleh seorang da'i menjadi berbeda pula. Hal ini dilakukan agar nilai-nilai Islam bisa tersampaikan secara efektif kepada mad'u. Terkhusus dakwah di masyarakat perkotaan akan sangat berbeda dengan dakwah di pedesaan. Mulai dari strategi, metode, materi, media dan karakteristik seorang da'i pun akan berbeda.

Dalam tulisan ini penulis membahas tentang strategi dakwah masyarakat kota. Dimana pada umumnya masyarakat kota memiliki karakteristik khusus dan hidupnya berkecukupan. Hal itu menjadikan mereka cenderung individualis. Dengan latar belakang pendidikan yang tinggi menjadikan wawasan mereka luas dan rasional. Kehidupan kota juga sangat dipengaruhi oleh media. Bahkan kebutuhan akan media dan serba serbi di dalamnya seakan sudah menjadi kebutuhan primer dan life style.

Adapun simpulan dari tulisan ini diantaranya adalah dakwah diperkotaan perlu menggunakan strategi dakwah antar budaya. Strategi ini sangat cocok mengingat masyarakat kota punya latar belakang budaya yang berbeda. Dakwah diperkotaan juga bisa dilakukan dengan pendekatan kajian keislaman dan menggunakan pendekatan sosial. Pendekatan sosial ini juga merupakan aktualisasi dakwah. Terakhir dakwah di perkotaan perlu merambah ke dunia media. Karena tidak bisa dipungkiri bahwa aktifitas masyarakat kota pasti bersentuhan dengan media dan serba serbi yang ada di dalamnya.

Key Word: Strategi, dakwah dan masyarakat kota

Pendahuluan

Dakwah memiliki pengertian yang luas, tidak hanya berarti mengajak dan menyeru umat manusia agar memeluk Islam, lebih dari itu dakwah juga berarti upaya membina masyarakat Islam agar menjadi masyarakat yang lebih berkualitas (khairu ummah) dibawah ketinggian nilai-nilai Islam. Dakwah memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menyebarkan ajaran Islam, sehingga Islam menjadi agama yang dianut dan diyakini oleh berbagai bangsa di seluruh pelosok dunia. Kenyataan ini merupakan hasil dari proses dakwah yang terus menerus dilakukan oleh lembaga dakwah yang berlangsung dalam jangka waktu lama sejak zaman klasik hingga era sekarang ini.

Semakin tersebar luas ajaran Islam dan dianut oleh manusia, maka semakin meningkat pula kebutuhan-kebutuhan terhadap dakwah. Peningkatan upaya dakwah akan selalu diiringi oleh penyebaran ajaran Islam. Islam tidak mungkin hidup dan berkembang tanpa upaya-upaya

dakwah yang dilakukan oleh lembaga dakwah dan karenanya antara Islam dan dakwah memiliki hubungan yang erat.

Tugas dakwah yang diemban oleh para juru dakwah mirip dengan tugas kerasulan Muhammad SAW yang berusaha menyebarkan ajaran Islam bagi seluruh umat manusia secara universal. Tugas kerasulan Muhammad SAW ini kemudian dilanjutkan oleh para juru dakwah sesudah Muhammad SAW. M. Natsir dalam ungunannya menyebutkan bahwa “risalah merintis dan dakwah melanjutkan”.¹ Dakwah dapat dipahami sebagai tugas besar dan bernilai tinggi, karena berkaitan dengan risalah kerasulan Muhammad SAW.

Perubahan masyarakat yang begitu dinamis seiring dengan laju perkembangan pengetahuan dan teknologi yang pesat merupakan suatu kenyataan yang tidak bisa dihindari. Setiap lembaga dakwah harus melengkapi diri dengan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi sebelum ia terjun berdakwah di tengah-tengah masyarakat yang majemuk. Mencermati kenyataan ini, maka dalam melakukan dakwah dibutuhkan sistem manajemen, rumusan strategi dan metode dakwah yang tepat sesuai dengan kondisi masyarakat yang dihadapi para juru dakwah.

Penyelenggaraan dakwah dikatakan dapat berjalan dengan baik dan efektif, apabila tugas tugas dakwah dilaksanakan sesuai dengan rencana dan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh penentu kebijakan. Dengan demikian, tugas dakwah sebagai penyebaran dari rencana ditinjau dari berbagai segi merupakan alternative terbaik.

Dengan demikian strategi dakwah merupakan perpaduan dari perencanaan (planning) dan management dakwah untuk mencapai suatu tujuan. Di dalam mencapai tujuan tersebut strategi dakwah harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara tehnik (taktik) harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Sedangkan strategi dakwah, oleh Asmuni Syukir mengemukakan bahwa strategi dakwah diartikan sebagai suatu metode, siasat, taktik atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas (kegiatan dakwah).²

Istilah strategi adalah pola sasaran, tujuan, dan kebijakan umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan. Jika strategi dikaitkan dengan dakwah dapat diartikan sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Nah lalu bagaimana Strategi dakwah yang harus dilakukan pada masyarakat kota? Dalam makalah inilah penulis akan menjelaskannya.

¹ Natsir, Muhammad, *Fiqhul Da'wah*, (Jakarta: Media Dakwah, 2000). hal.1

² Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: al-Ikhlash, 1983), hal. 32

Islam, kata Muhammad Iqbal dalam *The Recontruction Thought of Religious Islam*, adalah agama yang berdimensi keyakinan dan lebih mementingkan amal atau tindakan. Isinya berbentuk ajaran dan anjuran. Ajaran Islam tertuang dalam Al Quran, Hadis/Sunnah dan hasil pemikiran manusia, Sementara anjuran adalah pertimbangan baik produk kebudayaan manusia. Ajaran (yang pertama) berasal dari Yang Maha Tinggi Allah Swt. untuk manusia di bumi/top down, dan yang terakhir adalah hasil pergumulan dan interaksi manusia dengan lingkungannya yang seharusnya menjadi media dalam sikap kecenderungan kepada-Nya/bottom up.

Salah satu ajaran Islam yang paling penting dan berorientasi praksis dan strategis (strategic oriented) adalah ajakan kepada manusia agar berada dan tetap berada dalam jalan benar yang populer disebut dakwah. Islam, baik disebut sebagai agama maupun kumpulan nilai-nilai dan ajaran-ajaran tidak akan berarti apa-apa, terutama menyangkut aspek sosiologis, apabila nilai-nilai yang terdapat di dalamnya tidak dipahami dan diamalkan. Oleh karena itu, dakwah dalam Islam menjadi built in dalam kesehuruhan bangunan sentral kajian dan praktik Islam.

Islam termasuk salah satu agama dakwah seperti juga agama-agama lain, yakni agama samawi (dari langit/Tuhan) yang harus disebarkan dan dibumikan. Keharusan menyebarkan agama kepada segenap manusia, terlebih-lebih pada masa sekarang, telah menjadi keharusan kemanusiaan karena menjadi kebutuhan universal dan asasi. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyuburnya mental materialis dan hedonis, kemiskinan, pengangguran, dan guncangan banyaknya gangguan psikis manusia telah memperkuat eksistensi agama sebagai alternatif yang terlupakan dalam mengatasi persoalan-persoalan ini.

Untuk mengatasi persoalan-persoalan termaksud dalam teori dan praktik Islam hanya bisa dilakukan melalui dakwah, yakni upaya mengajak manusia kembali pada asas ketuhanannya sebagai nilai kemanusiaan dan mengembangkan potensi-potensi kemanusiannya dalam dimensi lain.

Umur dakwah Islam bisa kita katakan sama dengan sejarahnya kelahiran manusia. Karenanya usia dakwah (dalam arti praktik dakwah) termasuk sebagai fitrah manusia. Hal ini setidaknya-tidaknya diperkuat dua asumsi. Asumsi pertama, karena manusia memiliki sifat dasar dualisme. Ia memiliki potensi pikir dan pilihan untuk berperilaku buruk dan menyimpang. Pada sisi lain, manusia memiliki potensi pikir positif dan berperilaku baik, meskipun sebenarnya yang terakhir lebih mendasar dan fundamental apabila mengingat perjanjian primordial manusia dengan Tuhannya ketika diciptakan. Asumsi kedua, karena manusia pertama adalah Adam AS. yang tidak lain adalah seorang nabi dan utusan Allah. Posisinya sebagai utusan Tuhan menjadikan Adam AS. sebagai pendakwah pertama yang mengajak kepada kebenaran.

Proses dakwah pertama yang dilakukan Adam AS. adalah kegagalannya mengajak anak sulungnya Qabil agar tidak mengedepankan harta, wanita, dan kedudukan (posisi dan status) meskipun ia seorang anak sulung. Qabil adalah anak laki-laki pertama Adam as. karenanya ia yang tertua di antara adik-adiknya. Kiranya menjadi budaya kebanyakan masyarakat, meskipun tidak tepat, orang yang paling tua sering menjadi tumpuan harapan, yang pada akhirnya sering meminta hak yang berlebihan. Budaya senioritas yang diaktori Qabil tersebut ternyata telah menjadi salah satu bentuk tantangan kuat dalam proses dakwah.

Kemudian Islam berkembang luas dan puncaknya terintegrasi setelah kenabian Muhammad Saw. Muhammad adalah da'i pertama setelah kesempurnaan Islam. Dengan ketekunan, keuletan, dukungan finansial, dan kesetiaan pengikutnya, beliau berhasil berdakwah dengan sangat menakjubkan dalam tempo waktu yang sangat singkat. Salah satu bukti sejarah keberhasilan dakwah beliau adalah kemampuan umat Islam mengimbangi dua kekuatan besar, imperium Romawi dan Persia. Umat Islam benar-benar saat itu menjadi umatan wasatha atau umat satria piningit, yang memiliki posisi strategis, taktis, dan politis. Posisi umat Islam dalam puncak kejayaannya ini tidak disia-siakan para pemimpin saleh sahabat beliau dengan starting yang tepat menyebarkan Islam ke pelosok dunia terutama daerah-daerah terdekat, sehingga umat Islam semakin diperhitungkan dalam kancah diplomasi global dan internasional baik secara politik, ekonomi, dan pertahanan.

Keberhasilan dakwah seperti tersirat di atas, terjadi melahui proses yang sangat intensif dan gelombang yang terkadang memilukan. Islam diterima oleh umat manusia, tidak hanya oleh kalangan bangsawan, ningrat, dan kalangan terpelajar saja, tetapi kaum pinggiran pun mau memeluk Islam. Mustadz'afin (fakir, miskin, dan anak-anak telantar) pun mau memeluk Islam. Mereka dari kalangan dan latar belakang berbagai ragam suku, budaya, agama, dan sebagai konsekuensinya melahirkan pemikiran-pemikiran dan sikap keberagamaan yang berbeda pula. Orang-orang yang hidupnya sudah terukur dan teratur seperti pada masyarakat perkotaan maupun orang-orang pinggiran, Islam diterima oleh mereka. Mengapa mereka menerima Islam? Untuk menjawabnya, kira-kira ada dua kerangka pikir yang bisa diajukan.

Pertama, karena ajaran Islam itu sendiri. Islam bukan untuk komunitas tertentu, tidak eksklusif dan terbuka terhadap segala kreasi manusia. Islam harus menjadi rahmat bagi sekalian alam (rahmatan lil'alamin) meskipun Islam tegas memegang prinsip demi kemaslahatan manusia. Islam melarang pemaksaan termasuk pemaksaan dalam memeluk agama dan keyakinan. Potensial bagi lahan para cerdas pandai karena Islam (baca; Ouran) membentangkan spirit bagi mereka

seluas lautan samudra. Bagi kebanyakan manusia (awam), Islam pun berpotensi simbolis hanya sebatas identitas dalam kertas atau label suatu organisasi, bisnis maupun politik.

Kedua, karena da'inya. Da'i adalah subjek dalam dakwah dan 80 persen keberhasilan dakwah bergantung kepada da'i.³ Ia tak hanya cukup berpengetahuan luas dan berilmu. Bahkan pada masa sekarang, da'i seharusnya memiliki kecukupan material, menjadi teladan di hadapan umat, cerdas dan berwawasan luas, bermoral, dan memiliki komitmen kuat terhadap peningkatan kualitas umat. Da'i tak harus perseorangan, karena pertimbangan keterbatasan kemampuan sebagai sifat manusia, terkadang ada da'i yang hanya mampu tablig, dan kurang berarti apabila berada dalam komunitas umat mad'u dalam kondisi lapar karena aktivitas dakwah akan tersumbat oleh kondisi fisik bahkan psikis madu. Da'i terkadang merupakan sebuah organisasi seperti organisasi kemasyarakatan Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, dan partai politik Islam yang ada di Indonesia. Selama ormas dan parpol itu memiliki komitmen terhadap kemajuan dan perbaikan umat maka aktifitas dan gerakan dakwah mereka akan sangat membantu laju dakwah.

Tugas da'i secara umum adalah mengubah kondisi manusia, individu maupun masyarakat pada kondisi yang lebih layak baik secara fisik/jasmaniah maupun batin serta terpenuhinya kelengkapan hidup baik sandang, pangan, dan papan melalui transformasi nilai-nilai Islam untuk mencapai masyarakat beradab, masyarakat madani/civil society. Pengetahuan da'i tentang mad'unya, yakni, manusia dan masyarakat beserta kebudayaannya sebagai objek sekaligus subjek dakwah sangat penting. Pengenalan dan pengetahuan tentang manusia dan masyarakat sangat penting mengingat dakwah ditujukan bukan kepada selain manusia. Masyarakat di sini dipahami sebagai orang yang hidup bersama dan memiliki tujuan hidup bersama atau seperti dikatakan Giddens, masyarakat adalah suatu kesatuan yang memiliki batas-batas yang menandainya dari masyarakat lain sekitarnya.⁴⁰ Fokus utama kajian tulisan ini adalah menjawab pertanyaan bagaimana dakwah Islam pada masyarakat perkotaan dan model pendekatan dakwah bagaimana yang tepat diterapkan.

Dalam dakwah, kita juga harus mengenal objek masing masing yang akan di dakwahi. Salah satunya adalah masyarakat yang hidup dilingkungan perkotaan. Sebelum membahas tentang tipe tipe masyarakat kota, terlebih dulu kita pahami apa itu kota. Kota adalah suatu sistem jaringan kehidupan manusia yang ditandai dengan adanya kepadatan penduduk yang tinggi, strata sosial ekonomi yang heterogen, dan materialistis. Apabila berbicara mengenai kota dan ketika mendengar kata kota, sebagian orang tentu menunjuk pada suatu kawasan yang sangat

³ Acep Aripudin, *Sosiologi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rodakarya, 2013), hal 50

ramai, lalu lintas yang padat, pertokoan yang berderet-deret, dan fasilitas umum yang tersedia di berbagai tempat.

Kondisi fisik kota memang sebagian sudah terlihat secara jelas, lalu bagaimana dengan kondisi lain yang terjadi pada masyarakat kota seperti kondisi sosial maupun budayanya, bagaimana cara masyarakat kota berinteraksi dengan orang lain, bagaimana budaya yang mereka ciptakan untuk kehidupan mereka dengan kondisi fisik dan sosial yang ada.

Pertama, masyarakat kota *sikap hidupnya* cenderung pada individualisme atau egoisme, yaitu masing-masing anggota masyarakat berusaha sendiri-sendiri tanpa terikat oleh anggota masyarakat lainnya, menggambarkan corak hubungan yang terbatas, dimana setiap individu mempunyai otonomi jiwa atau kemerdekaan pribadi.

Sikap hidup masyarakat kota pada umumnya mempunyai taraf hidup yang lebih tinggi daripada masyarakat desa. Akibatnya timbullah sikap pembatasan diri didalam pergaulan masyarakat dan akhirnya timbullah sikap individualisme atau egoisme. Masing-masing berusaha sekuat tenaga untuk mencapai tujuannya. Segala sesuatu yang akan dilakukan dijalankan tanpa mempertimbangkan masyarakat sekitarnya.

Kemudian yang kedua adalah *tingkah laku* masyarakat kota pada umumnya bergerak maju, mempunyai sifat kreatif, radikal, dan dinamis. Dari segi budaya masyarakat kota umumnya mempunyai tingkatan budaya yang lebih tinggi, karena kreativitas dan dinamika kehidupan kota lebih lekas menerima yang baru atau membuang sesuatu yang lama, lebih lekas mengadakan reaksi, lebih cepat menerima mode-mode dan kebiasaan-kebiasaan baru. Didalam masyarakat kota mengingat banyaknya fasilitas-fasilitas yang tersedia, memungkinkan anggota masyarakat kota meningkatkan pengetahuan mereka dalam berbagai bidang.

Sebagai akibat dari konsekwensi kemajuan peradaban kota didorong pula oleh sikap atau naluri untuk meniru dan meniru dan menyesuaikan diri dengan lingkungan masyarakat sekitarnya, maka terciptalah sesuatu masyarakat yang bercorak radikal dinamis.

Yang ketiga, *perwatakan masyarakat kota* cenderung pada sifat matrealistis. Akibat dari sikap hidup yang egoisme dan pandangan hidup yang radikal dan dinamis menyebabkan masyarakat kota lemah dalam sistem religi, yang mana menimbulkan efek-efek negatif yang berbentuk tindakan moral, indisipliner, kurang memperhatikan tanggung jawab sosial. Pikiran dan aktivitasnya terlalu disibukkan oleh hal-hal yang menjurus kepada usaha duniawian. Namun demikian bukan berarti bahwa masyarakat kota telah meninggalkan kewajiban-kewajiban keagamaan, atau mungkin lebih tepat kita katakan bahwa masyarakat kota umumnya didalam menghayati keagamaan kurang serius.

Kesemuannya ini menyebabkan orang-orang mengutamakan dengan segala usaha untuk mengumpulkan harta benda guna memperkaya diri sendiri. Pada mulanya hal ini disebabkan oleh rasa kekhawatiran kelangsungan hidup pribadi atau keluarganya untuk masa-masa mendatang karena sulitnya mencari nafkah di kota.

Disamping itu juga masyarakat kota masih memerlukan adanya hiburan-hiburan atau rekreasi sebagai penyegar yang disebabkan oleh ketegangan jiwa yang terus-menerus dalam menuntut hidup. Hal ini tentunya menuntut ekstra biaya yang kesemuannya ini menyebabkan orang-orang kota cenderung pada sifat yang materialistis.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada umumnya masyarakat kota telah banyak meninggalkan sifat keaslian bangsa, karena dipengaruhi oleh kebudayaan asing, kemajuan teknologi, perkembangan industri. Di samping itu pula tidak bisa dilupakan adanya faktor kelemahan pribadi didalam mempertahankan norma-norma agama yang membawa mereka ke arah kemerosotan moral. Harus diakui bahwa masyarakat kota itu lebih pesat perkembangannya atau dengan kata lain lebih modern. Sikap hidup dan prinsip pandangan hidupnya lebih praktis, tidak bertele-tele, tidak terikat pada adat kebiasaan yang statis, yang pada umumnya merupakan suatu penghalang bagi kemajuan masyarakatnya, yaitu sebagai berikut:

Selain kondisi fisik dan sosial, masyarakat kota memiliki kondisi budaya yang berbeda dalam menyikapi beragam aspek kehidupan yang mereka jalani. Salah satunya masyarakat perkotaan menciptakan budaya konsumtif. Bagi masyarakat kota, saat ini hampir tidak ada ruang dan waktu tersisa untuk menghindari diri dari serbuan berbagai informasi yang berkaitan dengan kegiatan konsumsi. Di rumah, kantor, ataupun tempat-tempat lain masyarakat tidak henti-hentinya disajikan berbagai informasi yang menstimulasi konsumsi melalui iklan di tv, koran, ataupun majalah. Fenomena masyarakat konsumsi tersebut, yang telah melanda sebagian besar wilayah dunia, fenomena yang menonjol dalam masyarakat tersebut saat ini yang menyertai kemajuan ekonomi, berkembangnya budaya konsumsi ditandai dengan berkembangnya gaya hidup.

Berkembangnya gaya hidup masyarakat perkotaan tersebut, satu sisi bisa menjadi pertanda positif meningkatnya kesejahteraan hidup masyarakat kota. Yang mana peningkatan kegiatan konsumsi dipandang sebagai efek dari naiknya penghasilan dan taraf hidup masyarakat. Namun di sisi lain, fenomena tersebut juga bisa dikatakan sebagai pertanda kemunduran rasionalitas masyarakat, yang mana konsumsi dianggap sebagai faktor yang menyebabkan hilangnya kritisisme masyarakat terhadap berbagai hal yang vital bagi kehidupan, kebijakan pemerintah maupun fenomena hidup lainnya.

A. Karakteristik Masyarakat Perkotaan

Siapa sebenarnya yang dikatakan sebagai masyarakat kota? Karena agak sulit memang untuk merumuskan siapa sebenarnya masyarakat kota itu secara tepat. Hal ini pada akhirnya mempersulit pula untuk mendefinisikannya. Apalagi, apabila klaim masyarakat kota hanya diukur dari penamaan terhadap lokasi tertentu dengan tipikal hiruk-pikuk lalu lintas banyaknya manusia, sifat urbannya dan kepadatan penduduk yang tidak menetap. Makna kota akan lebih mudah dipahami melalui karakter dan mental manusianya sebagai pelaku masyarakat kota bukan pada makna tempat lokasinya. Lebih tepatnya, melihat masyarakat kota lebih mudah melalui karakteristik-karakteristiknya sebagai masyarakat kota.

Secara struktural, menurut Hans Dieter Evers, wilayah kota dapat dijelaskan dengan tiga variabel pokok. Ketiga variabel ini adalah status sosial, segregasi etnis, dan budaya kota." Budaya berarti akal budi, pikiran dan cara berperilakunya, berarti pula sebagai kebudayaan, yakni keseluruhan gagasan dan karya manusia yang dibiasakan melalui belajar beserta hasil karya dan budinya itu. Lebih tepatnya seperti dikatakan Bapak Antropologi Budaya E.B. Taylor, mendefinisikan budaya sebagai keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan atau kebiasaan-kebiasaan lain adalah pusat perubahan sekaligus pusat urbanisasi.⁴ Gaya dan cara masyarakat kota dalam memenuhi kebutuhan sangadang dan pangan juga terlihat sangat berbeda. Contohnya, masyarakat kota lebih suka belanja di pusat perbelanjaan seperti mall daripada pasar tradisional.

Sebagaimana kita ketahui bersama bahwa kehidupan masyarakat kota umumnya bersifat heterogen. Heterogenitas masyarakat kota pada satu sisi memberi peluang terciptanya kompetisi dan kreasi-kreasi baru. Namun, pada sudut lain, bagi yang tidak siap, akan menjadi hantu yang sesekali akan menerkam masa depan jiwanya. Pluralisme keyakinan dalam beragama juga sangat nyata sebagai ciri kehidupan masyarakat kota. Keberagaman tersebut kemudian akan memengaruhi pola pikir dan interpretasi serta tindakan beragama yang beragam pula. Begitu pula dalam bidang politik dan ekonomis. Meskipun begitu, masyarakat kota umumnya relatif sangat menghormati waktu karena tuntutan demi kelangsungan hidup. Untuk mempertahankan hidup terkadang menimbulkan kompetisi yang tajam, bahkan sering mengarah pada kompetisi yang kurang sehat.

Dari situ dibuatlah aturan-aturan agar dalam mencari penghidupan tidak mengganggu aktivitas orang lain. Secara sukarela maupun terpaksa, masyarakat kota harus tunduk pada aturan

⁴ Acep Aripudin, *Sosiologi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rodakarya, 2013), hal 52

tersebut. Bagi yang melanggar diberi sanksi hukum. Masyarakat kota umumnya banyak yang menikmati pelayanan pendidikan yang memadai. Karena pendidikan yang bagus umumnya ada di kota walaupun terkadang memberatkan orang tua, karena biaya tinggi. Apabila orang tua ingin anaknya pintar, selain anak harus memiliki kecerdasan juga harus ditopang modal besar. Tidak cukup pintar saja begitu pun sebaliknya.

Berkat kemajuan teknologi, masyarakat kota biasanya memiliki akses informasi lebih cepat. Ditambah lagi dengan kebijakan pemerintah umumnya masyarakat kota yang pertama menikmati. Akan tetapi, masyarakat kota pun memiliki potensi lebih buruk dari ekseseks negatif pembangunan. Pembangunan tempat hiburan misalnya, masyarakat kotalah yang pertama menikmati sekaligus pula yang pertama menerima tantangan-tantangan negatifnya, seperti maraknya pelacuran, penggunaan narkoba, kenakalan pemaja, dan tindakan-tindakan kriminal yang sangat mengganggu kelangsungan hidup di kota dengan nyaman.

Para orang tua khawatir anaknya terlibat dalam arus tersebut. Namun pada sisi lain, kesempatan untuk mengikuti arus pop tersebut sangat terbuka luas, bahkan telah menjadi *built in* bagian dari kehidupan kota. Perubahan mental pada umumnya terjadi dengan cepat, mengikuti perubahan sosial, budaya maupun politik. Arus perubahan membawa pula pada pergeseran nilai, yang terkadang memilukan, khususnya yang berkaitan dengan nilai-nilai dan norma agama. Sikap keberagamaan yang mengambang secara sosiologis sangat kentara pada masyarakat kota. Hal demikian, dikhawatirkan dapat memengaruhi sikap mental keberagamaan itu sendiri.

Jika kita perhatikan secara detail dan mendalam, setidaknya terdapat tiga kelompok yang merespons kegamangan keberagamaan masyarakat kota, orang Islam khususnya, terhadap semaraknya kehidupan kota dengan segala atributnya.⁵ Pertama, kelompok yang menolak segala bentuk yang diklaim tidak islami. Kelompok ini, banyak terpusat di masjid-masjid kampus, lembaga-lembaga kemahasiswaan yang militan, dan ormas Islam tertentu yang mengakomodasi visi, misi, dan aktivitas mereka. Kedua, kelompok masyarakat yang menerima, baik secara terpaksa maupun mengikuti, terhadap segala pola hidup dan kebudayaan kota, meskipun pada akhirnya harus memilih, mengikuti sikap pertama dengan menolak segala bentuk arus budaya yang dianggap tidak agamis atau sebaliknya menerima. Ketiga, mereka yang menerima dan mengikuti setiap arus budaya yang datang dan menganggap sebagai bagian kehidupan kota. Hal ini dapat terlihat pada budaya masyarakat kota-kota di Indonesia.

⁵ Acep Aripudin, *Sosiologi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rodakarya, 2013), hal 53

Apabila dilihat dari struktur sosialnya, masyarakat Indonesia menurut Nasikun, terdiri dari dua ciri yang bersifat unik.⁶ Secara horizontal, ia ditandai oleh kenyataan adanya kesatuan-kesatuan sosial berdasarkan perbedaan-perbedaan suku bangsa, perbedaan-perbedaan agama, adat serta perbedaan-perbedaan kedaerahan, Secara vertikal, struktur masyarakat Indonesia ditandai oleh adanya perbedaan-perbedaan vertikal antara lapisan atas dan lapisan bawah yang cukup tajam. Dari gambaran di atas, maka karakteristik budaya masyarakat perkotaan dapat diringkas, sebagai berikut.

Pertama, dalam usaha pencarian hidup, masyarakat kota banyak menggunakan fasilitas-fasilitas lebih modern. Kendaraan misalnya, menjadi sebuah kebutuhan vital dalam mencari nafkah di samping trendi dan status sosial. Begitu juga dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan sekunder lainnya, seperti peralatan rumah tangga dan pakaian.

Kedua, pada masyarakat kota, sistem kemasyarakatan (social order) tertata demikian jelas dan setiap anggota masyarakat memiliki status sesuai profesinya. Hal demikian, pada akhirnya memperjelas terhadap peran dan fungsi setiap anggota masyarakat

Ketiga, dalam berkomunikasi, umumnya masyarakat kota memakai bahasa yang lebih menasional, yaitu bahasa Indonesia bagi masyarakat kota di Indonesia. Hal ini, memberi pengaruh terhadap upaya meningkatkan nilai-nilai persamaan dalam hak dan kedudukan (egalitarianity), meningkatkan persatuan, dan memperkuat rasa kebangsaan.

Keempat, sistem pengetahuan pada masyarakat kota lebih cenderung pragmatis, setelah selesai sekolah, apa pun sekolahnya, yang penting kerja. Menjamurnya sekolah-sekolah dan perguruan tinggi yang banyak memberikan tawaran yang lebih berorientasi dunia kerja, adalah indikasi bahwa masyarakat kota hidup lebih berorientasi ke keadaan serba cepat dan instan. Dalam bidang seni, seni suara misalnya, adalah hal lain yang terpengaruh budaya serba cepat tersebut. Seorang penyanyi dengan cepat populer, tetapi dengan cepat pula redup dan tenggelam kemudian dilupakan orang.

Pragmatisme masyarakat kota, juga terlihat dalam sikap keberagamaan mereka. Ritual keagamaan mengikuti orientasi aruspr agmatis dan lebih praktis. Ritus-ritus agama yang dianggap mengganggu waktu kerja dan istirahat atau waktu-waktu santai makin ditinggalkan. Selain sudah mulai tergeser dan tergusur oleh budaya-budaya pop tadi, bahkan digantikan oleh ritual budaya pop yang lebih hanu, juga karena pengaruh orientasi pemahaman dan praktik agama yang sudah berubah.

⁶ Nasikun, *Sistem Sosial di Indonesia*, (Jakarta, Rajawali Pers, 1992)

Kelima, masyarakat kota umumnya sangat heterogen. Heterogenitas masyarakat kota terlihat pada bagaimana mereka melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi, afiliasi pada partai politik dan sikap keberagamaan. Pluralisme beragama misalnya, hubungan-hubungan sosial antarpemeluk agama tidak lagi hanya sebatas hubungan muamalat, tetapi sudah meliputi hubungan-hubungan keluarga. Pernikahan antara muslim dengan nonmuslim atau sebaliknya menjadi sesuatu yang lumrah padahal dianggap tabu pada masa-masa lalu. Begitu juga dalam kegiatan-kegiatan sosial dan politik lainnya.

B. Pendekatan Dakwah Antarbudaya

Secara fisik organis manusia hampir tak memiliki perbedaan yang mencolok antara satu dengan lainnya. Perbedaan manusia yang paling krusial dan dinamis justru karena perbedaan watak dan kepribadian yang sangat berpengaruh terhadap pola hidup dan kebudayaannya. Krusialitas dan kompleksitas budaya, khususnya di negara-negara atau masyarakat multikultur dan multietnis menjadi suatu tantangan dan permasalahan tersendiri dalam proses dinamika kehidupan dan pembangunan. Indonesia adalah salah satu negara-bangsa yang bisa dikategorikan sebagai bangsa ng multikultur tersebut. Tantangan multikulturalisme adalah mengakomodasi perbedaan kebangsaan dan etnis secara stabil dan dapat dipertahankan secara moral.

Hal ini juga yang terjadi di Indonesia. Segala aktivitas dan kebijakan, baik pemerintah maupun anggota masyarakat harus selalu mempertimbangkan keragaman budaya multikultur ini. Tantangan multikulturalitas ini, juga menjadi tantangan dalam aktivitas dakwah Islam dengan cara mengubah dan menata kembali cara-cara serta orientasi dakwah ke depan. Salah satu strategi dakwah yang sedang berkembang dan dianggap lebih ramah adalah strategi dakwah antarbudaya.

Dakwah adalah seruan, ajakan, atau perubahan. Dakwah antarbudaya didefinisikan sebagai proses dakwah yang mempertimbangkan keragaman budaya antar da'i (subjek dakwah) dan mad'u (objek dakwah) dan keragaman penyebab terjadinya gangguan interaksi pada tingkat intra dan antarbudaya agar pesan dakwah dapat tersampaikan dengan tetap terpeliharanya situasi damai Dakwah antarbudaya pada mulanya merupakan gagasan alternatif bagi solusi konflik pada diri manusia, antarindividu maupun individu dengan kelompoknya. Solusi dakwah kepada diri pribadi menghasilkan metode nafsiyah dengan perincian sub-sub metodenya. Konflik antarindividu menggunakan metode fardiyah begitu pula dengan tablig sebagai metode dakwah bagi umat dalam ruang lingkup yang lebih banyak.

Adapun wujud produk dari dakwah antarbudaya, ketika terjadi proses interaksi antara nilai Islam dengan budaya-budaya lokal, akan menghasilkan wujud budaya Islami yang bertentangan dengan masing-masing nilai (resistensi), terjadi pembauran (akulturasi), penerimaan

salah satunya (receipt) sehingga menimbulkan hegemoni nilai budaya atau terjadi perpaduan yang saling mengisi (komplementer).

Sistem nilai Islam yang menjadi komoditi dakwah, sebagaimana wataknya, memang sangat lentur dan fleksibel. Persentuhan budaya Islam ketika mengkomodasi produk budaya manusia sejak dahulu hingga sekarang telah melahirkan budaya-budaya baru yang terus berkembang secara dinamis, dialektis, dan akomodatif. Dinamika ini sekaligus menjadi taruhan yang tak terbantahkan bahwa Islam akan selalu hidup sesuai dengan zaman dan perkembangan budaya manusia. Sehingga tidak bisa kemudian kita mengatakan Islam adalah agama kuno yang tidak relevan lagi untuk konteks masyarakat di era modern seperti sekarang ini.

C. Semarak Dakwah di Perkotaan

Geliat dakwah masyarakat perkotaan akhir-akhir terlihat sangat semarak dan penuh dengan kemajuan. Aktivitas-aktivitas keagamaan masyarakat kota, khususnya dari kalangan kaum muda sangat kuat. Mereka umumnya berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Kegiatan mereka pun biasanya terpusat di pusat-pusat kajian Islam, seperti klub diskusi dan masjid-masjid kampus. Untuk kaum ibu-ibu biasanya dilakukan di rumah, tempat-tempat pengajian, seperti madrasah untuk kalangan tertentu. Semarak kegiatan keagamaan pada masyarakat-masyarakat tertentu di perkotaan adalah respons terhadap modernisasi pembangunan sekaligus upaya untuk mempertahankan eksistensinya sebagai orang Indonesia dan khususnya adalah umat Islam.

Selain itu kita juga saksikan banyak pula kelompok-kelompok Islam dengan semangat girah keagamaannya sangat reaktif terhadap situasi politik akibat semburan budaya baru. Kelompok muslim ini umumnya masyarakat kota yang tidak siap secara mental-intelektual khazanah tradisi Islam. Dugaan lain adalah karena pengangguran akibat ketidakadilan kultural maupun struktural yang sangat kentara pada masyarakat Indonesia. Tidak mengherankan apabila tekanan-tekanan tersebut lambat laun akan terakumulasi dalam suatu gerakan kelompok (*group movement*) yang akan dapat mengganggu stabilitas pada negara yang sedang membangun

Realita lain yang bisa kita jadikan sebagai indikasi semarak dakwah di kota adalah makin kuatnya umat Islam dalam memperjuangkan hak-haknya dengan cara masuk dalam struktur partai politik. Perolehan suara Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang semakin banyak, adalah indikasi tak terbantahkan tentang menguatnya Islam politik yang memiliki basis kelompok khususnya kelompok muslim perkotaan.

Menjadi pemandangan yang lumrah untuk sekarang ini yaitu anak-anak sekolah dan mahasiswa berlalu lalang memakai jilbab dengan gaya dan trend masa kini. Kita juga menyaksikan dengan kontras ribuan umat Islam berduyun-duyun menghadiri zikir akbar, tablig akbar, dan

studi Islam eksklusif yang dilakukan di lapangan terbuka sampai di hotel-hotel berbintang. Semua itu merupakan fenomena perkembangan Islam di perkotaan yang sangat luar biasa. Itulah beberapa relaita yang bisa kita jadikan bukti bahwa semarak dakwah perkotaan semakin menguat dan berkembang pesat.

D. Problematika Dakwah Perkotaan

Masyarakat kota yang kebanyakan merupakan masyarakat kelas menengah, jika meminjam pendapat Richard Tanter merupakan konsep yang diambil dari masyarakat Barat yang mengacu pada suatu batasan komunitas modern.⁷ Mereka umumnya masyarakat terpelajar, bergelar, dan profesional. Mereka merupakan kelas atas, tetapi tidak memiliki dominasi atau di bawah kelas atas dominan. Memang sangat sulit mengukur masyarakat kelas menengah di Indonesia dengan menggunakan standar yang berlaku di Barat. Meskipun demikian, konsep "kelas menengah" dapat digunakan sebagai istilah teknis yang ditujukan kepada masyarakat berkembang di Indonesia yang mengacu pada ciri-ciri di atas. Indonesianis Robison menyebut kelas menengah ini dengan "kelompok-kelompok campuran" yang bisa berinteraksi antara kelas atas pada satu sisi dan kelas bawah pada sisi lain.

Secara khusus Azyumardi Azra yang merupakan sejarawan muslim, memberi batasan bahwa seseorang atau satu keluarga tertentu termasuk kelas menengah (middle class), ukurannya adalah perbelanjaan per kapita sekitar 5-20 dolar AS (Rp 45 ribu-1,8 juta) per hari. Sebaliknya, mereka dengan pendapatan kurang dari jumlah itu, apalagi cuma dua dolar per hari, termasuk kelas bawah (lower class), tegasnya bahkan miskin. Lebih lanjut, dikatakan bahwa dalam sebuah ukuran lain, sebuah keluarga disebut termasuk kelas menengah jika memiliki gelar sarjana, pekerjaan tetap (apakah ayah atau ibu atau kedua-duanya) dengan pemasukan tetap, rumah, dan kendaraan (meskipun secara cicilan), serta sejumlah tabungan. Ukuran tambahan lain; mampu membiayai liburan dengan segenap anggota keluarga minimal sekali dalam setahun.

Pembahasan tentang kelas dalam wacana sosiologi sering mengacu kepada kelompok Weberian yang menempatkan kelas dari ukuran ekonomi yang berhadapan dengan status, kehormatan, prestise, dan kekuasaan politik. Sehingga ujung-ujungnya mengarah pada kapitalisme yang konsumtif. Dalam konteks Indonesia, kelompok-kelompok masyarakat seperti dibatasi di atas, mereka adalah pemegang peran (role) dan pengendali kebijakan politik dan ekonomi secara umum.

⁷ Richard Tanter & Kenneth Young, *Politik Kelas Menengah Indonesia* (Jakarta, LP3ES, 1996) Hal. 3

Mereka adalah kaum profesional, birokrat, dan pengusaha. Namun, standar ini ditolak oleh Abdurrahman Wahid karena tidak adanya diferensiasi yang tepat. Gus Dur bahkan mengajukan beberapa kelompok kelas menengah masyarakat Islam pada masa lalu yang tinggal di perdesaan, seperti petani kaya; pedagang dan pengusaha, seperti pengusaha batik, rokok, kerajinan kulit, perak, dan emas.

Terlepas dari itu semua, tantangan dakwah terhadap masyarakat kelas menengah idealnya tampak lebih ringan dilakukan dibandingkan kelas-kelas masyarakat bawah dan mungkin masyarakat kelas atas. Kelas menengah dengan ciri-ciri di atas, tampak membutuhkan pendekatan dakwah yang relatif lebih rasional sehingga membutuhkan pelaksanaan dakwah yang lebih faktual dan aktual, baik dakwah pada ranah materi, metode maupun target-target dakwah yang akan dicapai. Keterbatasan waktu di tengah masyarakat urban yang menjadi salah satu ciri masyarakat kelas menengah membutuhkan pendekatan dakwah yang lebih sistematis dan berkelanjutan.

Khususnya untuk kasus di Indonesia, pendekatan dakwah terhadap masyarakat kelas menengah lebih banyak diperankan oleh lembaga-lembaga kajian khusus, seperti yang dilakukan Yayasan Wakaf Paramadina di Jakarta, pengajian eksekutif di Bandung, dan pusat-pusat kajian Islam yang lebih menekankan pada penguatan nilai-nilai spiritual Islam yang jumlahnya sangat banyak. Menjamurnya pusat-pusat kajian tasawuf yang terjadi di perkotaan, seperti Jakarta dan menjamurnya buku-buku bertemakan tasawuf menjadi gejala tersendiri dalam dakwah Islam pada masyarakat perkotaan.

Fakta-fakta demikian, memang tidak bisa digeneralisasi sebagai bentuk gairah umat Islam kelas menengah perkotaan, karena banyak juga kelas masyarakat bawah yang terlibat dalam pergumulan Islam di perkotaan. Meskipun demikian, melihat fakta akhir-akhir ini pegiat dan semangat masyarakat kelas menengah dalam Islam, seperti dapat dilihat di pusat-pusat perkantoran menjadi bukti bahwa kebutuhan mereka terhadap nilai-nilai spiritual agama dan respons para dai di perkotaan tidak bisa diabaikan.

Nilai-nilai kultural secara umum masyarakat menengah perkotaan yang cenderung pragmatis dan praktis ketika menyikapi suatu masalah membutuhkan pendekatan dakwah tertentu yang lebih menekankan pada sisi-sisi rohani, emosi, dan spiritualitas mereka. Lemahnya para da'i ketika membaca ruang-ruang kosong jiwa masyarakat kelas menengah ini dapat berakibat pada munculnya sekte-sekte keagamaan. Bukti terhadap kekhawatiran demikian sangat beralasan karena dibuktikan dengan fakta-fakta empiris dan sosiologis yang terjadi di Indonesia. Di samping itu, juga muncul kekhawatiran menjamurnya paham-paham "radikal" dan

"fundamental". Tentunya itu sangat membahayakan keberlangsungan keanekaragaman yang selama ini melekat di masyarakat.

Jawaban atas kecenderungan yang negatif tersebut adalah pendekatan-pendekatan dakwah yang lebih ramah dan manusiawi. Seperti pendekatan dakwah lewat pendekatan tasawuf. Solusi pendekatan dakwah seperti yang ditawarkan Majelis Zikir Indonesia, ceramah-ceramah tasawuf dan pendekatan lembaga-lembaga tarekat dapat menjadi semacam obat untuk menenangkan pikiran dan perasaan sementara. Karena pendekatan dakwah melalui pendekatan-pendekatan tersebut harus dilakukan secara kontinu dan harus dibimbing oleh guru yang pakar dibidang tersebut. Jangan sampai kita salah guru atau kyai, mengingat sekarang banyak orang yang tiba tiba mengaku atau bergelar sebagai Ust, Kyai, dan sebagainya. Padahal mereka tidak mempunyai bekal ilmu agama yang cukup untuk membimbing umat.

E. Macam Macam Strategi Dakwah

Startegi dakwah dibagi menjadi tiga bentuk yaitu:

1. Startegi Sentimentil

Strategi sentimentil adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah.⁸ Strategi sentimentil ini biasanya menggunakan pendekatan dengan memberikan nasihat yang mengesankan, dengan kelembutan dan memberikan pelayanan yang memuassakan kepada mitra dakwah (mad'u). Strategi sentimentil ini sangat cocok diterapkan pada masyarakat pinggiran atau marginal, orang-orang miskin, anak-anak yatim dan terlantar. Sehingga dengan menggunakan strategi ini mad'u akan merasa dihargai dan dihormati.

2. Strategi Rasional

Startegi rasional adalah dakwah dengan beberapa metode dengan memfokuskan pada aspek akal pikiran.⁹ Dengan strategi rasional ini akan mendorong mad'u untuk berpikir, merenung dan mengambil pelajaran terhadap apa-apa yang telah disampaikan oleh seorang da'i. Strategi rasional ini biasanya menggunakan teknik diskusi, penggunaan hukum logika dan dengan pengambilan contoh-contoh dalam pelaksanaannya.

3. Startegi Indrawi

Strategi indrawi atau juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan.¹⁰ Contoh aplikasi dari

⁸ Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2009), 351

⁹ Ibid. 352

¹⁰ Ibid. 353

strategi ini adalah dengan kita menggunakan Al-Qur'an untuk memperkuat atau menolak hasil sebuah penelitian ilmiah. Strategi rasional ini biasa digunakan oleh Harun Yahya dan M. Quraish Shihab, dalam menjalankan dakwahnya yaitu dengan menguraikan hasil penemuan ilmiah saat menjelaskan ayat-ayat Al-Qur'an.

F. Kebutuhan Dakwah Di Masyarakat kota

Sebagaimana kita ketahui bahwa secara umum masyarakat perkotaan memiliki karakter yang berbeda dengan masyarakat di desa seperti: Pertama, masyarakat kota lebih banyak menggunakan fasilitas-fasilitas yang lebih modern. Kedua, dunia kerja masyarakat perkotaan sangat tinggi sekali. Ketiga, dalam berkomunikasi masyarakat kota memakai bahasa yang lebih menasional. Keempat, masyarakat kota umumnya berpendidikan tinggi. Kelima, masyarakat kota sangat heterogen terlihat dari bagaimana mereka melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi. Sehingga cara penyampaian dakwahnya pun harus lebih intelektual.

Berbeda dengan masyarakat kalangan menengah kebawah (masyarakat awam), cara penyampaian dakwahnya dilakukan dengan disisipkan guyonan (bersifat humoris), nada dan dakwah dari seorang da'i, sehingga mereka merasa nyaman dan tertarik akan isi dakwah tersebut. Seorang dai yang bergelut dengan masyarakat perkotaan harus mempunyai tingkat pendidikan yang minimal sama dengan mad'unya.

Walaupun realitanya ada juga da'i perkotaan yang tingkat pendidikannya masih rendah, namun agar percepatan dakwah bisa berjalan dengan cepat idealnya da'i untuk masyarakat perkotaan harus berpendidikan tinggi. Agar langsung bisa nyambung dengan mad'unya baik secara performance maupun secara pemahaman sosialnya. Selain itu keberhasilan dakwah di perkotaan juga harus didukung dengan adanya materi dakwah yang sesuai atau relevan dengan mereka.

Melihat kondisi masyarakat perkotaan yang pada umumnya melihat sesuatu itu selalu diukur dari materi dunia saja dan tidak memperhatikan aspek lain dalam dirinya yang tidak dijangkau oleh kemodernan itu sendiri. Maka materi-materi yang digunakan hendaknya juga disertai dengan suatu percontohan yang nyata dan bisa diterima oleh mereka. Kemudian materi yang disampaikan harus sesuai dengan tingkat pemahaman masyarakat kota. Karena kebanyakan tingkat pemahaman agama masyarakat menengah sangat minim. Adapun yang pemahamannya agamanya tinggi itu bisa dihitung jari.

Lebih khusus materi materi tentang sedekah, wakaf dan infaq itu yang harus diperkuat. Karena sesuai dengan kondisi mereka yang memang berkecukupan dalam aspek kemandirian ekonomi. Terakhir adalah materi materi manajemen qolbu dan semisalnya. Hal ini sangat tepat karena masyarakat kota dengan kehidupan individualnya cukup membuat mereka stres. Sampai sampai menjadi lumrah kalau antar tetangga samping rumah saja mereka tidak saling mengenal. Itu disebabkan saking sibuknya mereka berkegiatan seharian. Hal itulah salah satu yang menyebabkan kejenuhan dan kegersangan hati masyarakat kota.

Dakwah diperkotaan juga harus didukung dengan metode atau cara yang tepat dan elegan. Sebagai contoh Pendekatan kajian keislaman melalui majlista'lim yang bertebaran diperkotaan. Kalau kita perhatikan bentuk dan gaya majlis ta'lim yang ada diperkotaan sangat jauh berbeda dengan majlista'lim yang ada di pedesaan. Mulai dari performance jama'ahnya, model kajiannya, tempatnya, dan serba serbilainya itu sangat berbeda. Berkaitan dengan hal tersebut, fungsi dan peranan majlis ta'lim, tidak lepas dari kedudukannya sebagai alat dan sekaligus media pembinaan kesadaran beragama. selain itu usaha pembinaan masyarakat perkotaan dapat menggunakan beberapa bentuk pendekatan, yakni:

- 1) lewat propaganda; yang lebih menitik beratkan kepada pembentukan publik opini, agar mereka mau bersikap dan berbuat sesuai dengan maksud propaganda. Sifat propaganda adalah masal, caranya dapat melalui siaran radio, TV, film, drama, spanduk dan sebagainya;
- 2) melalui indoktrinasi yaitu menanamkan ajaran dengan konsepsi yang telah disusun secara tegas dan bulat oleh pihak pengajar untuk disampaikan kepada masyarakat melalui pendidikan, kuliah, ceramah, kursus-kursus, training centre dan sebagainya. Salah satu diantara pendekatan pembinaan mental spiritual adalah melalui jalur pendidikan atau ceramah, inilah yang banyak dipergunakan seperti di sekolah, madrasah, pesantren dan pengajian, termasuk majlista'lim.

Selanjutnya adalah media dakwah. Sejatinnya hari ini umat Islam cerdas dengan informasi dan kuat dalam aqidah. Sebab, kehadiran media telah mengelilingi kehidupan umat Islam. Media massa telah menjadi industri besar di tengah masyarakat Indonesia maupun di daerah. Kemudahan yang diberikan teknologi media elektronik dalam hal ini radio telah mampu mengiringi keseharian masyarakat. Hadirnya radio mobile yang melekat pada alat- alat eletronik seperti handphone, kendaraan roda empat hingga membawa kepada masyarakat terbuka atau masyarakat era elektronik yang lebih memberi peluang manusia saling bertemu dan berinteraksi di dunia maya melalui aplikasi media digital (Cyberspace).

Ekstistensi media hari ini diharapkan secara khusus dapat memberikan warna tersendiri bagi kehidupan umat Islam dalam berbagai aspek. Sebab, harapan masyarakat demikian besar

terhadap kehadiran media. Karena kondisi masyarakat yang majemuk dengan kemajemukan masalah, di tengah-tengah kehidupan yang hiruk-pikuk dan terpapar oleh derasnya arus globalisasi. Benturan budaya asing terhadap budaya ketimuran yang berdampak dalam kehidupan sosial mereka. Mulai dari gaya hidup masyarakat yang hedonisme, konsumtif dan ketimpangan sosial hingga merambah kepada kemerosotan akhlak dengan pergaulan bebas. Walaupun komposisi umat Islam yang masih mendominasi dari umat beragama lainnya di negeri ini. Namun hal itu sangat terasa sekali terutama di masyarakat perkotaan.

Sementara itu idealnya konsep dakwah lewat media yang dihadirkan harus memenuhi selera pasar yakni masyarakat sebagai pengguna. Terutama dari segi kebutuhan informasi tentang wawasan keislaman. Akan menjadi lebih menarik ketika dakwah lewat media massa dapat dikemas elegan dan sesuai dengan kaidah dunia permediaan tapi harus mengesampingkan nilai nilai dakwah tentunya. Sehingga arus informasi ke-islaman menjadi salah satu bagian dari konten siaran media elektronik.

Mengingat komposisi umat Islam di perkotaan ini juga besar, maka secara khusus pihak media memberikan ruang bagi umat Islam untuk mengetahui keadaan terkini mengenai Islam dalam berbagai aspek. Kemudahan lain yang media elektronik berikan dan patut menjadi bidikan bersama dalam upaya memaksimalkan dakwah hari ini adalah media elektronik mempunyai kecenderungan untuk melibatkan masyarakat sebagai pendengar maupun pemirsa dalam program siaran baik yang bersifat lokal maupun yang bersifat nasional. Bentuk-bentuk interaksi seperti talkshow, dialog interaktif, phone-in dan siaran live, maupun diperkuat melalui media social seperti Facebook, twitter semakin memberi jalan kepada masyarakat bisa menikmati pesan pesan dakwah secara lebih mudah.

Dengan dakwah lewat media ini memungkinkan nilai nilai Islam bisa masuk dan mampu memberikan solusi terhadap masalah yang sedang dihadapi oleh masyarakat. Sejalan dengan metode dakwah yang aktual, faktual dan kontekstual dengan memberikan motivasi atau pemecahan persoalan hidup masyarakat baik ekonomi, sosial, pendidikan maupun teknologi. Karena itu dakwah hari ini setidaknya menuntut perhatian yang besar akan skill, planning dan manajemen yang handal.

Lebih jauh dakwah lewat media ini akan semakin mampu memberikan dampak jika mampu menghadirkan konten siaran khusus. Mulai dari konten tentang akidah, ibadah dan muamalah yang dikemas secara elegan dan tentunya berbasis kebutuhan mad'u. Semisal dibungkus lewat kuis dan interaksi langsung dengan narasumber atau dengan melibatkan public figur sebagai pendukungnya. Tidak cukup sampai disitu, pergerakan dakwah lewat media harus

semakin meningkat terus. Tidak menutup kemungkinan apabila dari pihak owner (pemilik) maupun dari struktur manajemen yang ada di internal media massa memnag orang-orang yang mempunyai semangat dalam berdakwah.

H. Strategi yang Digunakan di Masyarakat Perkotaan

1. Pendekatan Kajian Keislaman

Konsep Islam tentang dakwah pada dasarnya bertujuan untuk memelihara fitrah manusia, mewariskan nilai-nilai, dan pembentukan manusia seutuhnya yang berdasarkan pada al-Qur'an dan Sunnah. Oleh karena itu manusia dibekali dengan akal pikiran agar dapat menciptakan strategi penyebaran Islam yang dinamis, efektif dan dapat mengantarkannya pada kebahagiaan hidup dunia dan akhirat. Kenyataannya, dewasa ini ditemukan banyak metode, kurikulum, dan lembaga pembelajaran yang hanya membentuk menurut keinginan dunia modern pada satu sisi dan tidak memperhatikan aspek lain yang tidak dijangkau oleh kemodernan itu sendiri seperti aspek –aspek batiniyah dan aspek-aspek rohaniyah. Kondisi seperti ini menuntut adanya penggalian kembali konsep pembinaan umat yang berpedoman pada al-Qur'an dan Sunnah.

Upaya penggalian ini telah dilakukan tanpa henti oleh para ulama' dari masa ke masa dan hal itu telah dilihat dalam pentas sejarah berbagai macam bentuk pembinaan umat baik berupa lembaga formal dan nonformal. Lembaga pembinaan ini pada umumnya berfungsi sebagai sarana pewarisan nilai-nilai Islam. Salah satu model pembinaan umat nonformal yang diharapkan dapat berkembang bersama dengan lembaga pendidikan lainnya adalah pendekatan kajian keislaman salah satu contohnya dalam bentuk majlis ta'lim. Model pembinaan kajian keislaman ini diharapkan dapat menawarkan sebuah solusi dari problematika yang dihadapi umat di antaranya berupa tantangan akibat kemajuan teknologi, masalah hubungan sosial di masyarakat perkotaan.

Melihat posisi strategis dengan bentuk pendekatan kajian keislaman dalam bentuk majlis ta'lim yang berdiri sejajar dengan lembaga pendidikan lainnya seperti sekolah, madrasah atau pesantren menempatkan dirinya mengakar di masyarakat. Sehingga peranannya sebagai sarana pembinaan umat sangatlah penting. Dapat diprediksikan jika seandainya umat Islam hanya terikat pada pendidikan formal yang terbatas pada lembaga sekolah atau madrasah sehingga banyak celah yang tidak tertutupi, sehingga pilihan alternatifnya dapat dialihkan pada majlis ta'lim yang berperan sebagai pembinaan umat. Pembinaan umat sangat dibutuhkan dalam kehidupan bermasyarakat dan beragama.

Hadirnya pola dakwah dengan pengembangan kajian keislaman ini dilatar belakangi kepentingan spiritual-religius yang belum mapan di daerah perkotaan. Hal ini didasarkan pada

pertimbangan bahwa masyarakat perkotaan merupakan masyarakat yang memiliki kehidupan sosial yang beragam dan memiliki tingkat keagamaan yang beragam.

Sebagai lembaga pembinaan umat, kajian keislaman dalam bentuk majlis ta'lim berfungsi sebagai berikut: Pertama media pembinaan dan pengembangan ajaran Islam dalam rangka membentuk masyarakat yang bertaqwa kepada Allah SWT. Kedua Sebagai taman rekreasi rohaniyah. Ketiga sebagai ajang berlangsungnya silaturahmi yang dapat menghidupkan dunia dakwah. Keempat sebagai sarana dialog berkesinambungan antara da'i dengan umat. Terakhir sebagai media penyampaian gagasan yang bermanfaat bagi pembangunan umat dan bangsa pada umumnya.

Ditinjau dari kelompok sosial masyarakat perkotaan yang bermacam-macam, majlis ta'lim dapat dikelompokkan dalam beberapa macam, yaitu pertama majlis ta'lim yang jamaahnya terdiri dari jenis tertentu seperti kaum bapak, kaum ibu, remaja dan campuran (tua, muda, pria dan wanita). Kedua majelis ta'lim yang diselenggarakan oleh lembaga-lembaga sosial/ keagamaan, kelompok penduduk di suatu daerah, instansi dan organisasi tertentu.

2. Pendekatan Sosial

Pendekatan sosial merupakan strategi pendekatan dakwah dalam bentuk kegiatan sosial sebagai implementasi untuk menumbuhkan kepedulian masyarakat terhadap persoalan sosial masyarakat kota. Bentuk nyata dari kegiatan kegiatan sosial di antaranya sudah dijelaskan di atas antara lain, pembagian sembako, pembagian daging qurban, dan peduli kemanusiaan seperti sedekah. Pendekatan sosial merupakan strategi dakwah yang bisa dilakukan di masyarakat perkotaan. Cara ini disamping dibutuhkan masyarakat, juga sebagai bagian dari ruang aktualisasi dakwah.

Pendekatan ini merupakan salah satu strategi yang berorientasi pada kegiatan praktis operasional dakwah Islamiyah yang memiliki sifat dakwah sosial, tujuannya adalah untuk memberikan solusi kehidupan sosial masyarakat kota yang cenderung bersifat individualisme. Biasanya tujuan ini selalu dibarengi dengan upaya pemenuhan kesejahteraan dan aspek ekonomi sosial masyarakat.

Strategi ini juga bagian dari tarbiyah ijtimaiyah yang harus senantiasa ditumbuhkan khususnya di masyarakat perkotaan. Dimana kebanyakan mereka sudah berkecukupan dalam aspek ekonomi. Sehingga perlu aktualisasi dan praktek dakwah secara nyata. Seseorang yang berbuat atau melakukan sesuatu sedikit banyaknya dipengaruhi oleh kebutuhan yang ada dalam dirinya atau sesuatu yang hendak dicapai. Istilah motif mengacu pada sebab atau

mengapa seseorang berperilaku.¹¹ Dalam kondisi berkecukupan masyarakat kota sudah berkebutuhan untuk peduli kepada sesama dengan berbagi. Hal itu bisa juga didasari oleh sebuah tujuan atau cita cita yang hendak dicapainya. Atau bisa juga sebagai bentuk syukur atas keberhasilan yang telah digapainya.

Simpulan

Pada dasarnya kewajiban berdakwah dibebankan kepada semua umat Islam di muka bumi. Tetapi secara profesional harus ada sekelompok orang yang fokus berdakwah sesuai dengan tingkat dan kapasitasnya. Dengan begitu maka harapannya kegiatan dakwah yang dilakukan bisa berjalan dengan lancar dan efektif. Menjadi catatan bahwa untuk melihat efektifitas dakwah, pendakwah idealnya juga menyesuaikan dengan keadaan sosial kemasyarakatan mad'unya. Khususnya adalah dakwah untuk masyarakat perkotaan. Pasti keadaan sosial di perkotaan sangat berbeda dengan keadaan sosial masyarakat pedesaan. Hal itu menjadikan strategi, metode, materi, media dan karakteristik seorang da'i pun sedikit berbeda.

Beberapa realita masyarakat kota yang kemudian menjadi karakteristik pembeda dengan masyarakat desa diantaranya yaitu masyarakat kota pada umumnya biasanya hidupnya berkecukuan secara materi. Mereka juga cenderung bersikap individual dan tidak mau repot dengan urusan orang lain walau itu tetangga samping rumahnya. Masyarakat kota mempunyai jalan pikiran rasional karena mereka berlatar belakang pendidikan tinggi. Kehidupan kota juga sangat terbuka terhadap pengaruh dunia luar lewat teknologi informasi media massa. Bahkan kebutuhan akan media dan serba serbi di dalamnya seakan sudah menjadi kebutuhan primer dan *life style* bagi mereka.

Setelah melihat realita dan karakteristik masyarakat kota tersebut, tentunya dengan beberapa teori yang menjadi pisau analisisnya maka dakwah diperkotaan juga perlu menggunakan strategi khusus. Diantaranya yaitu dengan menggunakan strategi dakwah antar budaya. Strategi ini sangat cocok mengingat masyarakat kota punya latar belakang budaya yang berbeda beda. Seorang dai harus mampu membawakan pesan pesan Islam dengan pendekatan dakwah antar budaya. karena dengan pendekatan tersebut proses komunikasi akan lebih efektif dan bisa diterima dengan baik.

Kemudian kegiatan dakwah diperkotaan juga bisa dilakukan dengan pendekatan kajian keislaman. Dalam hal ini bisa dilakukan dengan mengadakan majelis ta'lim, kajian rutin, pembinaan ruhani dan lain sebagainya. Tentunya kegiatan yang dimaksud sudah ada penyesuaian

¹¹ Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), Hal 349-350

penyesuaian. Seperti materinya harus rasional sebagaimana pemaparan strategi rasional di bab pembahasan. Tempatnya juga menyesuaikan dengan “permintaan” masyarakat kota. Bisa di kantor, di rumah, di mall, tempat wisata dan lain sebagainya. Dengan begitu harapannya kegiatan dakwah tidak hanya bisa diterima tetapi bisa dinikmati oleh masyarakat perkotaan.

Kemudian pendekatan sosial juga perlu dilakukan untuk dakwah masyarakat perkotaan. Pendekatan ini merupakan salah satu strategi yang berorientasi pada kegiatan praktis operasional dakwah Islamiyah yang memiliki sifat dakwah sosial. Tujuannya adalah untuk memberikan solusi kehidupan sosial masyarakat kota yang cenderung bersifat individualisme. Bentuk nyata dari kegiatan kegiatan sosial di antaranya yaitu pembagian sembako, pembagian daging qurban, baksos, dan peduli bencana, wakaf, infaq dan lain sebagainya. Pendekatan ini disamping dibutuhkan masyarakat, juga sebagai bagian dari ruang aktualisasi dakwah.

Terakhir strategi dakwah masyarakat perkotaan perlu merambah ke dunia media khususnya media massa. Karena tidak bisa dipungkiri bahwa hampir seluruh aktifitas masyarakat kota di zaman ini pasti bersentuhan dengan media dan serba serbinya. Lebih lebih dengan adanya kecanggihan internet dan aplikasi pintarnya, seolah olah mampu memenuhi seluruh kebutuhan utama masyarakat perkotaan. Dari situlah kegiatan dakwah perlu merambah ke dunia media massa, internet, media sosial dan berbagai kecanggihan di dalamnya.

Daftar Pustaka

- Aripudin, Acep, *Sosiologi Dakwah*, Bandung: Remaja Rodakarya, 2013
- Asmuni, Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: al-Ikhlash, 1983
- Aziz, Moh.Ali, *Ilmu Dakwah* Jakarta: Prenada Media, 2009
- Husaeni, Adian, *Penyesatan Opini* Jakarta: Gema Insani, 2002
- James W. Tankard, Jr. Werner J. Severin, *Teori komunikasi* (Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa) Jakarta: Prenada Media Group, 2015
- Junaidi, Fajar, *Etika Komunikasi Di Era Siber*, Depok: Rajawali Press, 2019
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Salemba Humanika, 2011
- Mulyana, Deddy, *Komunikasi Massa*, Bandung: Widya Padjadjaran, 2008
- Mungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2008
- Nasikun, *Sistem Sosial di Indonesia*, Jakarta, Rajawali Pers, 1992
- Nasrullah, Rully, *Komunikasi Antarbudaya di Era Cyber*, Jakarta: Kencana, 2014
- Natsir, Muhammad, *Fiqhud Da'wah*, (Jakarta: Media Dakwah, 2000
- Nurudin, *Media Sosial Agama Baru Masyarakat Milenial*, Malang: Intra Publising, 2018
- Nurudin, *Komunikasi massa*, Malang: Cespur, 2003
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014
- Pureklolon, Thomas Tokan, *Komunikasi Politik*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2016
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011
- Romli, Khomsahrial, *Komunikasi Massa*, Jakarta: Grasindo, 2016
- Tamburaka, Apriadi, *Adenda Setting Media Massa*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013
- Tanter, Richard dan Kenneth Young, *Politik Kelas Menengah Indonesia* Jakarta, LP3ES, 1996
- Toto Sugiarto, *Panduan Menjadi Jurnalis Profesional*, Yogyakarta: Araska, 2019
- Wahyuni dan Isti Nursih, *Komunikasi Massa*, Yogyakarta: Garha Ilmu, 2014