



Dakwah pada Masyarakat Industri

Iskandar
IAIN Parepare
iskandar@iainpare.ac.id

Abstrak

Fenomena keagamaan yang bersifat ideal normatif merupakan fenomena sosial yang rasional. Dakwah perlu dipahami sebagai sebuah sistem untuk merealisasikan ajaran Islam. Modernisasi dan industrialisasi memang dibutuhkan, karena kebutuhan peningkatan taraf kehidupan terutama dalam aspek kebutuhan-kebutuhan materi seperti sandang, pangan, bahan dan alat. Tetapi bertepatan dengan itu puladitrusahkan dengan sungguh-sungguh meniadakan atau menanggulangi akibat-akibat dan pengaruh yang tidak diinginkan dari watak kehidupan industrialisasi modern, baik dalam aspek-aspek kejiwaan, keagamaan, maupun pencemaran lingkungan seperti limbah industri, kebisingan, pemakaian bahan-bahan berbahaya yang tidak terkendali. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis peluang dakwah dalam era industrilisasi dan tantangan dakwah di era industrilisasi. Artikel ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penemuan dari penelitian ini Dakwah Islam yang mempunyai akses kuat dengan ketiga sektor strategis akan mempunyai peluang yang cukup besar dalam kehidupan masyarakat era industrialisasi. Tentunya ada beberapa catatan, di antaranya orientasi dakwah, industrilisasi telah membentuk suatu masyarakat industri, yang hidup dalam jaringan budaya tertentu, yang disebut dengan jaringan tekno-kultur – ekon—kultur-infokultur, sehingga membentuk sikap dan perilaku yang rasional, profesional dan teknikal, Masyarakat industri sesuai dengan pola kerjanya yang terjadwal dengan ketat. Tantangan-tantangan dalam masyarakat industri menuntut kehadiran Islam yang mampu menjawab persoalan segala zaman. Upaya ini tidak untuk menyesuaikan Islam dengan kehendak zaman tapi merespon perubahan zaman. Di sini, Ummat memerlukan panduan para jenius Muslim untuk merespon serbuan budaya sebagai akibat industrilisasi yang dianggap prasyarat mencapai kemajuan dalam peradaban.

Kata kunci : Dakwah, Masyarakat, Industri

Abstract

Religious phenomena that are normative ideals are rational social phenomena. Da'wah needs to be understood as a system to realize Islamic teachings. Modernization and industrialization are indeed needed, because of the need to increase living standards, especially in the aspect of material needs such as clothing, food, materials and tools. But at the same time, efforts are made to seriously eliminate or overcome the unwanted effects and influences of the nature of modern industrialized life, both in psychological, religious and environmental aspects such as industrial waste, noise, the use of hazardous materials that are not controlled. The aim of this research is to analyze the opportunities of da'wah in the era of industrialization and the challenges of da'wah in the era of

industrialization. This article uses a descriptive qualitative research method. The findings from this study of Da'wah Islam that have strong access to the three strategic sectors will have considerable opportunities in the life of the industrialized society. Of course there are several notes, including the orientation of da'wah, industrialization has formed an industrial society, which lives in a certain cultural network, which is called the techno-culture-econ-culture-infoculture network, thus forming rational, professional and technical attitudes and behavior, Industrial society conforms to a strictly scheduled work pattern. The challenges in industrial society demand the presence of Islam which is able to answer the problems of all times. This effort is not to adapt Islam to the will of the times but to respond to changing times. Here, the Ummah needs the guidance of Muslim geniuses to respond to cultural invasions as a result of industrialization which is considered a prerequisite for progress in civilization.

Keywords: Da'wah, Society, Industry

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan fenomena keagamaan yang bersifat ideal normatif sekaligus juga merupakan fenomena sosial yang rasional, aktual dan empiris sebagai *sunnatullah*. Dakwah tidak hanya sebatas aktivitas oral communications, tetapi dakwah perlu dipahami sebagai sebuah sistem untuk merealisasikan ajaran Islam.¹ baik secara mikro maupun secara makro. Secara mikro dakwah merupakan sistem yang saling terkait antara dai, madu, media, materi, metode dan evaluasi. Sedangkan secara makro, dakwah merupakan sub sistem dari sistem kehidupan masyarakat yang senantiasa hadir dan diperhitungkan keberadaannya di tengah-tengah masyarakat. Kemajuan dan kemunduran suatu masyarakat tidak hanya diteropong melalui aspek ekonomi, politik, dan sosial budaya, tetapi dakwah islam pun perlu diperhitungkan keberadaannya. Karena dakwah merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari sistem kehidupan masyarakat (Abdul Munir, 1996).

Perubahan sosial yang terjadi akibat industrialisasi bersifat kompleks dan multidimensional. Prosesnya dapat menimbulkan dampak yang berbeda-beda bagi masyarakat tertentu, namun tetap menunjukkan kompleksitas pada aspek-aspek tertentu sebagai ciri utamanya. Urbanisasi, perubahan demografis, heterogenitas dan patologi sosial merupakan kondisi yang dianggap *inherent* dengan proses industrialisasi. Disamping itu, rasionalitas dianggap menjadi nilai baru yang begitu penting, mereduksi nilai-nilai lain yang dianggap residu dari masyarakat tradisional. Kondisi tersebut

merupakan tantangan tersendiri dalam melakukan dakwah. Islam adalah agama sepanjang zaman, namun penyampaiannya memerlukan diversifikasi dalam hal strategi sesuai dengan watak masyarakat yang dihadapi. Proses industrialisasi merupakan bagian dari tantangan dalam dinamika dakwah yang menunjukkan formula pembentukan-restorasi-pemeliharaan masyarakat Islami. Dakwah di sini tentu tidak hanya terbatas pada makna dakwah oral tapi juga mencakup hal-hal yang bersifat *empowerment*. Pembahasan mengenai dakwah dan masyarakat industri di sini terbatas pada respon terhadap dampak industrialisasi yang bersifat praktis, tidak filosofis.

Modernisasi dan industrialisasi memang dibutuhkan, karena kebutuhan peningkatan taraf kehidupan terutama dalam aspek kebutuhan-kebutuhan materi seperti sandang, pangan, bahan dan alat. Tetapi bertepatan dengan itu puladitusahakan dengan sungguh-sungguh meniadakan atau menanggulangi akibat-akibat dan pengaruh yang tidak diinginkan dari watak kehidupan industrialisasi modern, baik dalam aspek-aspek kejiwaan, keagamaan, maupun pencemaran lingkungan seperti limbah industri, kebisingan, pemakaian bahan-bahan berbahaya yang tidak terkendali (Susanto Astrid, 1979).

Industrialisasi menunjukkan adanya proses terkonsentrasinya pabrik dalam jumlah besar di wilayah urban atau wilayah yang direncanakan menjadi sentra bisnis semi urban. Proses ini mendorong perluasan infrastruktur kota yang dapat menunjang proses industrialisasi atau juga sebagai akibat dari industrialisasi itu sendiri. Proses ini membuka peluang kerja dalam jumlah yang sangat signifikan dan sekaligus menunjukkan ironi yang menimbulkan pengangguran dan berbagai eksek sosial. Bertitik tolak dari uraian tersebut, maka dapatlah diuraikan dalam artikel ini dua pokok permasalahan yaitu bagaimana peluang dakwah dalam era industrialisasi dan bagaimana tantangan dakwah dalam era industrialisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang Dakwah dalam Era Masyarakat Industrialisasi

Pemerintah dan bangsa Indonesia menyadari bahwa dalam merumuskan kebijakan pembangunan Indonesia bertujuan membangun manusia seutuhnya, manusia dalam totalitas keseluruhannya antara lain perikehidupan dalam keseimbangan antara kepentingan material dan spritual, antara kepentingan duniawi dan ukhrawi, antara kepentingan individu dan masyarakat. Dampak lahiriyah dari kebijakan-kebijakan ini antara lain maraknya kegiatan-kegiatan keagamaan di semua sektor kehidupan masyarakat.

Bahkan ada hal yang menarik dan perlu diamati, ialah tumbuhnya kecendrungan semangat religiusitas pada tiga sektor strategis dalam kehidupan modern di Indonesia, yaitu : Pertama, pada sektor keilmuan dan teknologi, dengan berkembangnya semangat religiusitas (ke-islaman) di kampus-kampus dan pusat-pusat kajian. Kedua, pada sektor kekuasaan politik dan birokrasi, dengan tumbuhnya semangat religiusitas dari pusat pemerintahan sampai ke desa-desa. Ketiga, pada sektor bisnis dan Industri, dengan mulai banyaknya keterlibatan tokoh-tokoh pelaku bisnis dan industrialisasi tingkat nasional dalam kegiatan dakwah, dan pemberian fasilitas-fasilitas dakwah di pusat-pusat kegiatan kerja mereka.

Dakwah Islam yang mempunyai akses kuat dengan ketiga sektor strategis tersebut, akan mempunyai peluang yang cukup besar dalam kehidupan masyarakat era industrialisasi. Tentunya ada beberapa catatan, di antaranya: *Pertama*, orientasi dakwah, tidak hanya bertujuan samata-mata mengkonservasikan doktrin atau nilai-nilai Islam, tetapi banyak mengaktualisasikan doktrin dan nilai-nilai ke-islaman tersebut kedalam realitas sosial, sehingga agama tidak hanya menjadi faktor normatif dalam realitas kehidupan , tetapi juga sebagai fakto-faktor lain yang relevan dan signifikan, seperti sebagai faktor motivatif, faktor inovatif dan faktor integratif. Dengan demikian transformasi, dan mempunyai pengaruh yang lebih efektif dalam dinamika kehidupan.

Kedua, industrialisasi telah membentuk suatu masyarakat industri, yang hidup dalam jaringan budaya tertentu, yang disebut dengan jaringan *tekno-kultur – ekon—kultur-infokultur*, sehingga membentuk sikap dan perilaku yang rasional, profesional dan teknikal. Pendekatan dakwah tentunya dituntut lebih memperhatikan *dialectical approach*, dan tidak sekedar *normative approach*. *Ketiga*, masyarakat industri sesuai dengan pola kerjanya yang terjadwal dengan ketat. Prinsip efisiensi yang sudah mempengaruhi sikap dan perilakunya, menyebabkan hubungan sosial menjadi tambah longgar, cenderung individualis. Sulit mengumpulkan orang setiap waktu untuk diceramahi. Maka program-program dakwah harus lebih efisien dan efektif. *Keempat*, pengalaman masyarakat industri di Amerika Serikat dan negara-negara industri maju lainnya seperti diungkapkan di muka, menggambarkan apa sebetulnya yang mereka butuhkan dari dakwah agama, yakni kehidupan spiritual, kedamaian dan kesejukan rohani. FILMSecret Dengan demikian, dakwah kita harus memperhatikan ajakan yang dikemas sebagai “*hudan wa busyra*” (Petunjuk dan kegembiraan). Disatu sisi menanamkan disiplin moral, dan di sisi lain memberikan kesejukan dan kedamaian.

Kelima, para Ulama, Cendekiawan Muslim, Pimpinan Umat, Pelaku Dakwah, seharusnya dapat selalu tampil sebagai figur panutan, yang layak diteladani dalam kehidupan sehari-hari. Dapat menjadi “*uswatun hasana*” yaitu mampu menjadi panutan yang baik, disamping dapat memberikan “*mau izo hsanah*” yaitu mampu memberikan tuntunan yang baik. Dakwah Islam merupakan pesan universal (alamiyah) dan abadi, dan persoalannya adalah bagaimana kita menemukan relevansi dari ajaran dan idiom yang bersifat universal dan abadi itu dengan realitas sosial yang terus berubah. Dakwah Islam untuk semua orang dan semua komunitas (*kaffatan lin nas*), dan memberi rahmat kesejahteraan yang dapat dirasakan oleh semuanya (*rahmatan lil’alamin*).

Peluang ini kemudian mendorong terjadinya urbanisasi yang pada gilirannya menciptakan kondisi plural wilayah urban tersebut. Pluralitas masyarakat urban menunjukkan longgarnya ikatan primordial dan fleksibelnya pembentukan konfigurasi nilai dan norma baru berdasarkan konsensus. Pluralitas juga berpotensi memunculkan konflik jika perbedaan tidak dikelola dengan baik. Disparitas antara pendatang dan

penduduk setempat yang memiliki klaim kewilayahan juga dapat menjadi *impetus* atau pemicu terjadinya konflik. Disamping itu, mereka yang bermigrasi ke kota tentu juga memiliki sejumlah persoalan psikologis berupa *culture shock* maupun melemahnya kontrol sosial terhadap perilaku mereka sendiri. Wilayah urban yang menjadi penampung para migran dari wilayah rural menjadi tempat sejumlah persoalan yang dikenal dengan patologi sosial, kecenderungan konsumtif berlebihan dan gaya hidup hedonis (Amsyari, 1988).

Lembaga-lembaga baru muncul atau terjadi sofistikasi lembaga-lembaga lama mengimbangi kebutuhan masyarakat. Lembaga-lembaga baru boleh jadi merupakan derivasi dari lembaga-lembaga lama yang sudah mapan seperti keluarga, pendidikan, ekonomi, politik, budaya maupun hukum. Peran-peran yang dimainkan aktor-aktor penting dalam lembaga-lembaga tersebut mengalami perubahan. Dalam lembaga keluarga, misalnya, boleh jadi seorang ibu tidak lagi hanya mengurus urusan rumah tangga tapi juga terlibat dalam perekonomian keluarga dengan menjadi wanita karir. Dalam lembaga pendidikan, para pendidik dituntut memiliki kompetensi standar yang jauh lebih kompleks dari sebelumnya, di samping muncul lembaga baru seperti *playgroup* yang mengambil alih tugas keluarga untuk melakukan tugas sosialisasi kepada anak-anak usia dini.

Perubahan budaya terjadi baik karena dipengaruhi oleh teknologi, media massa maupun kebutuhan-kebutuhan baru (*emerging needs*) masyarakat. Konsepsi-konsepsi nilai tentang pendidikan, pekerjaan, relasi sosial maupun masa depan mengalami transformasi yang begitu kuat diilhami oleh prinsip-prinsip rasionalitas, moneterisasi dan pragmatisme. Dalam perjalanan sejarahnya di negara-negara barat, ikatan-ikatan tradisional-primordial-religius perlahan-lahan digantikan oleh semangat modern-rasional-sekuler. Meskipun tidak persis sama, pengaruh-pengaruh tersebut dapat juga ditemukan dalam proses industrialisasi di Indonesia. Pluralitas masyarakat mendorong terciptanya norma-norma baru yang dinegosiasikan di kalangan mereka sendiri.

Disadari maupun tidak, industrialisasi juga memengaruhi cara berfikir, idealisme dan preferensi individual dalam pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan seseorang menjadi lebih mandiri dan menggeser dominasi kolektivitas. Keputusan meneruskan sekolah, pilihan kerja, pilihan partai politik maupun pilihan pendamping hidup didasarkan pada preferensi individu. Keluarga tidak lagi dominan bertindak sebagai *reference*.

Perubahan-perubahan tersebut memberikan gambaran begitu kompleksnya masalah dalam masyarakat industri. Perlunya penataan kembali masyarakat yang lebih beradab adalah contoh pekerjaan besar dari perubahan mendasar. Sementara perubahan yang bersifat praksis dapat disikapi dengan inovasi dan dinamisasi metode dakwah.

Tantangan Dakwah dalam Era Industrialisasi

Dakwah berarti mengajak kepada kebaikan, mempertahankan kebaikan dan mengeliminasi hal-hal destruktif. Ketiga hal tersebut dinyatakan dalam al Qur'an,

Artinya: "Dan hendaklah ada dari kalian ummat yang mengajak kepada kebaikan, memerintahkan kepada yang ma'ruf dan mencegah yang munkar" (QS. Ali 'Imran (3) : 104).

Lebih jauh Jum'ah Amin Abdul 'Aziz menjabarkan tiga hal yang dicakup dalam dakwah. Pertama, membangun masyarakat Islami (ta'sis al mujtama' al islami) sebagaimana rasulullah memulai dakwah dari masyarakat jahiliyyah menjadikannya islami. Kedua, melakukan restorasi pada masyarakat islam (al islah fi al mujtami'at al muslimah) dengan meluruskan yang menyimpang, mengarahkan yang salah dan menghentikan yang munkar. Ketiga, kesinambungan dakwah pada masyarakat islam (istimror al da'wah fi al mujtami'at al qoimah bi al haq), memelihara kestabilan haq melalui nasehat, peringatan maupun ta'lim. (Jum'ah Amin: 2001).

Ayat di atas menunjukkan bahwa dakwah harus dilihat tidak semata-mata sebagai sebuah kewajiban tapi sebuah gerakan yang memiliki kekuatan transformatif. Dakwah tidak hanya cukup disampaikan yang boleh diterima maupun tidak. Namun dakwah

dalam konteks ini adalah upaya kolektif yang harus dilakukan untuk menegakkan kebenaran. Ia harus berupaya menundukkan kebathilan yang dibangun, didukung dan diperkuat dengan berbagai macam cara. Kebathilan yang diorganisir sedemikian rupa tidak mungkin dapat dikalahkan jika dakwah dipersepsi hanya sekedar kewajiban tanpa kekuatan transformatif.

Respon atas Tantangan-Tantangan

Bentuk-bentuk dakwah dapat dilihat dengan memperhatikan beberapa ayat dalam al Qur'an yang Artinya: "Orang-orang yang mengikuti Rasul, Nabi yang ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang munkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (al Qur'an), mereka itulah orang-orang yang beruntung. (QS. Al A'raf (7): 157).

Ayat di atas menjelaskan tiga bentuk dakwah yaitu amar ma'ruf nahyi munkar (tazkiyah), menjelaskan tentang yang halal dan haram (ta'lim), meringankan beban penderitaan (islah), dan melepaskan umat dari belenggu-belenggu. Bentuk-bentuk dakwah lainnya dapat kita lihat pada firman Allah yang lain yaitu artinya: "Sungguh Allah telah memberi karunia kepada orang-orang yang beriman ketika Allah mengutus di antara mereka seorang rasul dari golongan mereka sendiri, yang membacakan kepada mereka ayat-ayat Allah, membersihkan (jiwa) mereka, dan mengajarkan kepada mereka Al Kitab dan Al Hikmah. Dan sesungguhnya sebelum (kedatangan Nabi) itu, mereka adalah benar-benar dalam kesesatan yang nyata. (QS. Ali Imran (3); 164).

Ayat kedua ini menjelaskan tiga bentuk dakwah yaitu: tilawah (membacakan ayat-ayat Allah), tazkiyah (menyucikan diri mereka), dan ta'lim (mengajarkan Al Kitab dan Al Hikmah). Dengan demikian dapat digambarkan empat bentuk dakwah yaitu

tilawah, tazkiyah, ta'lim dan islah. Keempat bentuk dakwah ini akan dapat membawa pencerahan yang bersemangat transformatif.

Keempat bentuk dakwah ini dapat dijadikan landasan untuk mewujudkan trilogi dakwah pembentukan-restorasi-pemeliharaan masyarakat Islami. Diperlukan strategi berbeda untuk melakukan ketiga tugas dakwah di atas yang diawali dengan pemetaan dakwah. Pemetaan dakwah sesuai dengan semangat yang disampaikan Rasulullah SAW yang Artinya: “Bicaralah kepada masyarakat sesuai dengan kadar kemampuan pemahaman mereka”.

Pesan di atas tidak dapat dilakukan dengan baik jika informasi tentang objek dakwah tidak diketahui secara akurat. “sesuai dengan kadar kemampuan pemahaman mereka” merujuk kepada kemampuan kognitif, sosi-ekonomi dan kebutuhan, tantangan, masalah dan aspirasi mereka.

Pemetaan dakwah dapat dilakukan dengan memfokuskan pada beberapa hal termasuk, tapi tidak terbatas pada, karakteristik objek dakwah (mad'u), kompleksitas masalah sosial, kompetensi da'i, media, substansi (content) dan pendekatan.

Identifikasi Mad'u

Dalam tataran praktis, dakwah dapat meminjam metode yang digunakan ilmu-ilmu sosial dalam rangka pemetaan objek dan medan dakwah. Kompleksitas masyarakat industri menuntut pemetaan dakwah sebelum dilakukan kegiatan dakwah itu sendiri agar sasaran dan target terukur dan tercapai. Yang pertama kali dilakukan tentu adalah pengumpulan data-data demografis dan sosio-ekonomi komunitas yang menjadi objek dakwah. Dengan data ini akan tergambar karakteristik dasar penduduk seperti pendidikan, agama, usia, suku, jenis kelamin, status perkawinan dan pekerjaan. Data sosio-ekonomi dapat mencakup jumlah rumah ibadah, sarana pendidikan dan jenis-jenis usaha yang ada.

Data-data sensus masih dapat diperluas dengan data-data lain yang dikumpulkan melalui wawancara maupun kuesioner seperti, misalnya, preferensi partai politik, pola

menonton televisi dan pola beragama. Termasuk ke dalam aspek mad'u ini adalah identifikasi tokoh kunci (key persons) baik formal maupun informal. Mereka adalah target strategis karena memiliki akses sangat besar dalam pengambilan keputusan yang menyangkut kebutuhan dan masalah orang banyak.

Identifikasi Kompleksitas Masalah Sosial

Data-data demografis dan sosio-ekonomi tidak banyak memberikan gambaran tentang masalah sosial aktual. Informasi ini hanya dapat diperoleh dengan melakukan riset melalui wawancara maupun penyebaran kuesioner. Kompleksitas masalah sosial tentu terkait dengan karakteristik masyarakat industrial itu sendiri yang bercorak plural dan memiliki mobilitas vertikal dan horizontal yang beragam. Gambaran tentang kompleksitas masalah sosial akan menentukan isu yang seharusnya dijadikan topik relevan sesuai dengan kebutuhan, masalah dan aspirasi masyarakat. Tanpa diagnosa ini, preskripsi yang diberikan bisa salah sasaran.

Kompleksitas masyarakat industri harus dilihat dari berbagai dimensinya; kebutuhan, tantangan, masalah. Kebutuhan menyangkut hal-hal seperti kesejahteraan, pendidikan dan perlindungan. Tantangan menyangkut hal-hal yang lebih bersifat filosofis seperti sekularisme, xenocentrism dan liberalisme. Sementara masalah mencakup, diantaranya, patologi sosial, konflik, kriminalitas, pelacuran, pengangguran dan longgarnya norma dan nilai.

Kompetensi Da'i

Da'i dituntut untuk memiliki kompetensi minimal disamping literasi al Qur'an dan Sunnah sebagai kompetensi utama. Pengetahuan sosiologis, pengetahuan komunikasi antar budaya dan pengetahuan manajemen merupakan kompetensi yang akan memberikan nilai tambah. Da'i tidak hanya dituntut menguraikan nilai-nilai yang terkandung dalam al Qur'an dan Sunnah tapi juga dituntut menjabarkannya dalam konteks yang relevan dengan realitas masyarakat.

Persoalan kompetensi da'i dapat terpecahkan jika dilakukan institusionalisasi kompetensi. Artinya, akan lebih mudah jika terdapat institusi yang dapat mem-back up para da'i baik dari hal data, peningkatan kapasitas da'i maupun penyediaan media yang harus digunakan.

Media yang Digunakan

Semakin kompleks persoalan, semakin tinggi tuntutan kreativitas dalam menentukan media yang digunakan dalam pelaksanaan dakwah. Perlunya perhatian pada pilihan terhadap cara dan media yang akan digunakan diindikasikan dalam firman Allah SWT:

Artinya: “Dan serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik...” (QS: An Nahl (16): 125).

Data-data demografis dan sosio-ekonomi akan ikut menentukan media yang seharusnya digunakan. Tersedia banyak opsi tentang media yang akan digunakan. Tabligh akbar, pengajian rutin, daurah, seminar, focus group discussion, bedah buku merupakan contoh-contoh media yang dapat dipilih. Media elektronik maupun cetak juga dapat dipilih untuk meningkatkan efektivitas dakwah (Anwar Arifin, 2011).

Substansi (Content)

Materi yang layak disampaikan baru dapat diberikan setelah diagnosa hal-hal aktual yang menjadi masalah sosial dilakukan. Substansi yang diberikan tentu disesuaikan dengan segmen dakwah dengan mengacu kepada data-data demografis dan sosio-ekonomi masyarakat. Materi dakwah juga disesuaikan dengan tahapan dalam konteks pembentukan-restorasi-pemeliharaan masyarakat Islami. Substansi akan lebih tepat jika disesuaikan dengan dimensi kompleksitas masalah yang mencakup kebutuhan, tantangan dan masalah.

Pendekatan (Taktik dan Strategi)

Dakwah memiliki dimensi ruang dan waktu (time and space). Terdapat hal-hal yang perlu dilakukan dalam jangka panjang dan pendek. Meminjam istilah dalam militer, dakwah harus juga menetapkan taktik dan strategi untuk mencapai sasaran. Taktik dikatakan sebagai *techniques how to win a battle*, sementara strategi adalah *techniques how to win a war*. Taktik menjangkau sasaran yang lebih kecil dan berskala pendek, sementara strategi teknik yang menjangkau sasaran lebih besar dan berskala panjang. (Amsyari, 1988: 81)

Disamping itu, karakteristik sosiologis masyarakat menuntut pendekatan yang khas mencakup hal-hal yang bersifat manajerial, kultural dan psikologis. Pendekatan terhadap segmen remaja tentu berbeda dengan segmen pekerja buruh yang berstatus pendatang menempati rumah-rumah kontrakan. Begitu juga dengan segmen kaum profesional, berbeda dengan segmen ibu-ibu rumah tangga non-karir.

Pemetaan dakwah sebelum melakukan aktivitas dakwah itu sendiri tentu akan sangat efektif jika dilakukan secara terlembaga. Institusionalisasi kegiatan tersebut bertujuan agar kegiatan dakwah terkoordinasi dengan baik.

SIMPULAN

Dakwah Islam yang mempunyai akses kuat dengan ketiga sektor strategis akan mempunyai peluang yang cukup besar dalam kehidupan masyarakat era industrialisasi. Tentunya ada beberapa catatan, di antaranya orientasi dakwah, tidak hanya bertujuan semata-mata mengkonservasikan doktrin atau nilai-nilai Islam, tetapi banyak mengaktualisasikan doktrin dan nilai-nilai ke-islaman tersebut kedalam realitas sosial, sehingga agama tidak hanya menjadi faktor normatif dalam realitas kehidupan, tetapi juga sebagai fakto-faktor lain yang relevan dan signifikan, seperti sebagai faktor motivatif, faktor inovatif dan faktor integratif.

Industrialisasi berjalan seiring dengan menguatnya prinsip rasionalitas dan tereduksinya pengaruh tradisi dan nilai-nilai agama. Di sini, sekularisasi dianggap mampu menggeser nilai-nilai keagamaan dan menggantinya dengan konsensus-

humanis. Artinya, bahwa segala macam norma dan nilai ditentukan oleh konsensus yang dilembagakan. Masyarakat diajarkan bagaimana membedakan wilayah privat dan publik. Agama boleh saja mengatur hal-hal yang bersifat privat, namun semua yang bersifat publik menjadi kewenangan konsensus. Masyarakat industri sangat sensitif dengan adanya upaya dominasi agama atas kehidupan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. (2011). *Dakwah Kontemporer Sebuah studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Basit, Abdul. (2006). *Wacana dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Amrullah Ahmad. (1993). *Dakwah islam dan Perubahan sosial*. Yogyakarta: Prima Duta.
- Munir Mulkhan, Abdul. (1996). *Idiologisasi Gerakan Dakwah Episod kehidupan M. Natsir dan Azhar basyir*, Yogyakarta: Sipsess.
- Astrid, Susanto. (1979). *Pengantar sosiologi dan perubahan masyarakat*. Bina Cipta: Bandung.
- Amsyari, Fuad, “*Strategi dan Taktik dalam Perjuangan Islam*”, dalam Endang Saifuddin Anshari dan Amin Rais (ed.), *Pak Natsir 80 Tahun*, Jakarta: Media Da’wah, 1988.
- Tholhah Hasan, Mohammad. (2005) *Prospek islam dalam menghadapi tantangan zaman*. Jakarta: Lantabora Press.
- http://books.google.co.id/books/about/Metodologi_dakwah_pada_masyarakat_indust.wwww.Google.co.id/books/about/metodologi_dakwah_pada_masyarakat_transmigrasi.htm.
- Kementerian Agama RI, *Terjemahan Alqur’an*, edisi III, tahun 2003
- <http://muhakbarilyas.blogspot.com/2012/05/tantangan-dakwah-dalam-masyarakat.html>