

STRATEGI DAN PERMASALAHAN DALAM KOMUNIKASI DAKWAH DAN REALITAS SOSIAL

Winda Kustiawan¹, Ainun Mardiah², Nabila Maharani³, Tamara Apsyara⁴

windakustiawan@uinsu.ac.id¹, ainunmardiah2003nun@gmail.com²,

nabilamaharani0304@gmail.com³, tamaraapsyara@gmail.com⁴

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRAK

Komunikasi dakwah merupakan sarana penting dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat. Dalam praktiknya, strategi komunikasi yang tepat sangat menentukan efektivitas dakwah, terutama dalam menghadapi kompleksitas realitas sosial yang terus berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji berbagai strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh para dai serta mengidentifikasi permasalahan yang sering dihadapi dalam konteks sosial yang beragam. Melalui pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan observasi terhadap aktivitas dakwah di berbagai media, ditemukan bahwa keberhasilan komunikasi dakwah sangat bergantung pada kemampuan dai dalam memahami kondisi sosial, budaya, dan teknologi masyarakat sasaran. Permasalahan yang muncul meliputi resistensi masyarakat terhadap pesan keagamaan, kurangnya adaptasi metode dakwah dengan perkembangan zaman, serta tantangan dalam menyampaikan pesan yang toleran dan inklusif.

Kata Kunci: Komunikasi Dakwah, Strategi, Permasalahan, Efektivitas.

ABSTRACT

Da'wah communication is a vital means of conveying religious messages to society. In practice, the effectiveness of da'wah largely depends on the use of appropriate communication strategies, particularly in addressing the complexities of an ever-evolving social reality. This study aims to examine various communication strategies employed by preachers and to identify common challenges encountered in diverse social contexts. Using a qualitative approach through literature review and observations of da'wah activities across different media, the findings indicate that the success of da'wah communication is closely linked to the preacher's ability to understand the social, cultural, and technological conditions of the target audience. Challenges include public resistance to religious messages, insufficient adaptation of da'wah methods to contemporary developments, and difficulties in delivering messages that are tolerant and inclusive. The study highlights the importance of innovative and context-sensitive da'wah strategies that respond to social dynamics in order to achieve effective religious communication.

Keywords: Da'wah Communication, Strategy, Challenges, Effectiveness.

PENDAHULUAN

Komunikasi dakwah memiliki peranan penting dalam mentransformasikan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas. Dalam konteks sosial yang terus berkembang, dakwah tidak lagi hanya dilakukan secara konvensional melalui mimbar masjid atau majelis taklim, tetapi telah merambah berbagai media komunikasi modern, seperti media sosial, televisi, podcast, dan platform digital lainnya. Transformasi ini menuntut adanya strategi dakwah yang adaptif terhadap perubahan sosial, budaya, dan teknologi informasi.

Namun, strategi komunikasi dakwah tidak dapat dilepaskan dari tantangan atau permasalahan yang muncul di tengah realitas sosial masyarakat. Keberagaman latar belakang sosial, tingkat literasi agama, serta penetrasi budaya luar merupakan sebagian dari faktor yang mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan dakwah. Di sinilah muncul persoalan strategis: bagaimana menyampaikan pesan Islam yang substansial, tetapi tetap relevan dan mudah diterima oleh audiens dari berbagai latar belakang?

Selain itu, permasalahan lain seperti politisasi dakwah, penyebaran hoaks berkedok agama, hingga munculnya kelompok eksklusif yang memanfaatkan media dakwah untuk kepentingan ideologis tertentu, juga menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, penting bagi para dai, akademisi, dan praktisi dakwah untuk merumuskan strategi komunikasi yang responsif terhadap dinamika sosial tanpa kehilangan nilai-nilai inti ajaran Islam.

Kajian terhadap strategi dan permasalahan dalam komunikasi dakwah serta keterkaitannya dengan realitas sosial menjadi sangat relevan, tidak hanya untuk mengefektifkan dakwah, tetapi juga untuk menjaga keharmonisan sosial dan mendorong perubahan masyarakat ke arah yang lebih baik. (Abdurrahman, Abdul 2020: 25–38).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka. Penelitian dilakukan dengan menelaah berbagai literatur yang relevan, seperti buku, artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian sebelumnya, serta sumber-sumber digital yang kredibel terkait strategi komunikasi dakwah dan realitas sosial masyarakat. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman teoritis dan konseptual secara mendalam tanpa perlu melakukan pengumpulan data langsung di lapangan.

Fokus utama dalam penelitian ini adalah menganalisis bagaimana strategi komunikasi dakwah dikembangkan oleh para da'i atau lembaga dakwah dalam berbagai konteks sosial, serta mengidentifikasi permasalahan yang muncul akibat dinamika sosial masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi dakwah adalah salah satu sarana untuk menyampaikan pesan agama kepada masyarakat, yang bertujuan untuk mengajak umat Islam untuk menjalankan ajaran agama dengan benar. Dakwah, dalam konteks ini, bukan hanya sekedar berbicara tentang ajaran agama, tetapi juga melibatkan pemahaman yang mendalam tentang kondisi sosial dan budaya masyarakat yang menjadi audiensnya. Realitas sosial yang ada di masyarakat sangat beragam, mulai dari perbedaan budaya, pendidikan, hingga masalah sosial dan ekonomi yang mempengaruhi pola pikir dan sikap masyarakat terhadap dakwah. Oleh karena itu, komunikasi dakwah haruslah disampaikan dengan cara yang relevan dan mampu menyentuh berbagai lapisan masyarakat.

Pada era digital seperti sekarang, komunikasi dakwah semakin terbuka lebar dengan hadirnya media sosial. Media sosial memberi peluang bagi dakwah untuk menyebar lebih cepat dan luas, terutama kepada generasi muda yang banyak mengakses informasi melalui platform online. Namun, meskipun teknologi memudahkan penyebaran dakwah, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak disalahpahami. Seringkali, pesan yang disampaikan melalui media sosial bisa dipotong atau diubah konteksnya, yang berpotensi menimbulkan kesalahpahaman atau bahkan penyebaran informasi yang tidak akurat. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk memastikan pesan yang disampaikan tetap dalam koridor yang benar sesuai dengan ajaran agama Islam.

Selain itu, komunikasi dakwah juga sangat dipengaruhi oleh konteks sosial masyarakat. Setiap daerah memiliki kebutuhan dan cara pandang yang berbeda-beda terkait dengan agama. Misalnya, masyarakat yang tinggal di kota besar mungkin lebih menerima dakwah yang dilakukan melalui seminar, konferensi, atau acara-acara yang menggunakan teknologi modern, sementara masyarakat di daerah pedesaan atau komunitas tradisional mungkin lebih mengutamakan pendekatan langsung atau tatap muka. Oleh karena itu, komunikasi dakwah perlu disesuaikan dengan kondisi sosial masyarakat agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. (Zahra Fadila 2020 : 101–110).

Strategi Komunikasi Dakwah dalam Realitas Sosial

1. Penggunaan Media Digital dalam Komunikasi Dakwah

Saat ini, banyak orang menggunakan internet dan media sosial, sehingga dakwah bisa dilakukan melalui platform seperti YouTube, Instagram, atau TikTok. Dengan media digital, pesan dakwah bisa lebih mudah diterima oleh banyak orang, terutama yang lebih suka menonton video atau melihat gambar. Misalnya, video ceramah yang singkat dan menarik bisa lebih cepat disebar ke berbagai orang. Meskipun begitu, dakwah lewat media digital harus hati-hati karena informasi yang tidak benar bisa mudah menyebar. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap benar dan tidak menyesatkan.

2. Menggunakan Platform yang Populer di Kalangan Target Audiens

Setiap platform media sosial memiliki audiens yang berbeda. Oleh karena itu, penting bagi para dai atau penyebar informasi dakwah untuk memilih platform yang sesuai dengan target audiens mereka. Misalnya, Instagram dan TikTok sangat populer di kalangan anak muda, sementara Facebook dan YouTube masih banyak digunakan oleh berbagai kalangan usia. Memanfaatkan platform yang tepat untuk audiens yang relevan akan memastikan bahwa pesan dakwah dapat lebih efektif diterima dan dipahami.

3. Strategi Dakwah yang Sesuai dengan Kondisi Sosial Masyarakat

Setiap daerah memiliki karakteristik yang berbeda. Oleh karena itu, dakwah yang disampaikan harus disesuaikan dengan kondisi masyarakat setempat. Misalnya, di kota besar, dakwah bisa dilakukan lewat media sosial, sementara di desa-desa, dakwah bisa lebih efektif jika dilakukan secara langsung dan tatap muka. Dengan memahami kondisi sosial dan budaya masyarakat, pesan dakwah bisa lebih mudah diterima dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka.

4. Pentingnya Pendidikan Agama dalam Meningkatkan Kualitas Dakwah

Pendidikan agama yang berkualitas merupakan fondasi penting dalam menyampaikan dakwah yang benar. Dakwah yang dilakukan tanpa dasar ilmu yang cukup bisa menimbulkan kebingungan atau bahkan kesalahan dalam pemahaman agama. Oleh karena itu, para dai perlu memiliki pemahaman agama yang mendalam agar pesan yang disampaikan tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan pemahaman yang benar tentang ajaran Islam. Pendidikan agama yang baik juga bisa mencegah penyebaran ajaran yang tidak sah atau sesat, yang sering kali berkembang di masyarakat.

5. Penerapan Dakwah Melalui Kegiatan Sosial di Masyarakat

Salah satu strategi dakwah yang efektif adalah melalui kegiatan sosial yang langsung menyentuh kebutuhan masyarakat, seperti pembagian sembako, pengobatan gratis, atau pelatihan keterampilan. Kegiatan sosial ini bisa membuka hati masyarakat terhadap dakwah, karena mereka merasakan manfaatnya secara langsung. Selain itu, kegiatan sosial juga memperlihatkan bahwa ajaran Islam tidak hanya berbicara tentang ibadah, tetapi juga peduli terhadap kesejahteraan masyarakat.

6. Penggunaan Bahasa yang Mudah Dipahami dalam Dakwah

Salah satu cara agar dakwah bisa diterima dengan baik oleh semua kalangan adalah dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Kadang-kadang, dakwah menggunakan istilah yang terlalu rumit atau bahasa yang kurang dipahami oleh masyarakat awam, yang bisa membuat pesan dakwah sulit untuk diterima. Oleh karena itu, penting bagi dai untuk memilih kata-kata yang mudah dipahami dan tidak mengesankan adanya jarak antara dai dan audiens. Dengan bahasa yang sederhana, dakwah bisa menjangkau lebih banyak orang, baik dari kalangan muda maupun tua, serta mereka yang memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda. (Yusuf Hanafi 2021: 123–137).

KESIMPULAN

Komunikasi dakwah melalui media sosial merupakan pendekatan yang sangat relevan dan efektif dalam menjawab tantangan dakwah di era digital. Media sosial memberikan ruang yang luas bagi para dai dan tokoh agama untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara cepat dan menjangkau audiens yang lebih beragam, terutama generasi muda. Namun, keberhasilan dakwah di platform ini sangat bergantung pada kemampuan dalam menyusun strategi yang tepat, seperti pembuatan konten yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, pemilihan media yang tepat, serta keterampilan dalam berinteraksi secara aktif dan dialogis dengan pengguna media sosial. Selain itu, pemahaman terhadap realitas sosial yang dihadapi oleh masyarakat menjadi faktor penting agar dakwah tidak hanya informatif, tetapi juga solutif dan kontekstual. Dengan strategi yang matang, dakwah dengan mudah di terima oleh masyarakat dan menjadi sarana penting dalam membentuk pemahaman keagamaan yang moderat, inklusif, dan berdampak positif dalam kehidupan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A. (2020). Pendidikan Agama dan Peranannya dalam Dakwah Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 12, NO. 1
- Fadila, Z. (2020). Pemilihan Bahasa yang Tepat dalam Komunikasi Dakwah. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol, 6 NO. 2
- Hanafi, Y. (2021). Strategi Komunikasi Dakwah di Era Digital dan Tantangannya. *Jurnal Komunika*, Vol, 15 NO. 2
- Hidayat, I. (2021). Dakwah Sosial sebagai Sarana Penyampaian Pesan Agama di Masyarakat. *Jurnal Sosial dan Dakwah*, Vol. 10, NO. 2
- Muthohar, M. (2020). Komunikasi Dakwah dan Transformasi Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, Vol,9 NO. 1
- Nuruddin, I. (2019). Strategi dan Problematika Dakwah di Tengah Kehidupan Modern. *Zawiyah: Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 5, NO. 1
- Rasyid, A. (2022). Etika dan Strategi Komunikasi Dakwah di Era Medsos. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol, 16, NO. 1
- Wahyuni, E. (2021). Dakwah Humanis di Tengah Keragaman Sosial. *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 20, NO. 2
- Hidayat, I. (2021). Dakwah Sosial sebagai Sarana Penyampaian Pesan Agama di Masyarakat. *Jurnal Sosial dan Dakwah*, 10(2), 114–126.