



DAKWAH DI ERA GLOBALISASI

Hermanita¹

¹STIT Muhammadiyah Aceh Barat Daya

¹herma300386@gmail.com

ABSTRAK

Realita yang ada sekarang ini pendakwah masih menggunakan metode dakwah yang monoton, kurang menarik, kaku, masih tradisional dan tidak relevan dengan perkembangan zaman, sehingga daya tarik dan minat masyarakat untuk mengikuti kegiatan dakwah yang dilaksanakan oleh berbagai pihak menjadi menurun. Untuk mengantisipasi trend masyarakat modern, maka harus dapat mempersiapkan materi-materi dakwah yang lebih mengarah pada antisipasi kecenderungan-kecenderungan dan kebutuhan-kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, maka seluruh komponen dan segenap aspek yang menentukan atas keberhasilan dakwah harus ditata secara professional dan disesuaikan dengan kondisi mad'u agar dapat menghasilkan kemasam dakwah yang benar-benar mampu memperbaiki dan meningkatkan semangat dan kesadaran yang tulus dalam mengaktualisasikan nilai-nilai ajaran Islam. Konsep dakwah tradisional sebenarnya tidak jauh berbeda dengan konsep dakwah di era globalisasi, akan tetapi perubahan pola pikir dalam masyarakat saat ini mengharuskan para pendakwah untuk memahami dakwah dan disesuaikan materi metode dan tujuannya dengan dengan konsep dakwah di era globalisasi.

Kata Kunci: *dakwah, era, globalisasi*

PENDAHULUAN

Era globalisasi seakan tidak bisa dibendung lajunya memasuki setiap sudut negara dan menjadi sebuah keniscayaan. Era ini menghendaki setiap negara beserta individunya harus mampu bersaing satu sama lain baik antar negara maupun antar individu. Persaingan yang menjadi esensi dari globalisasi sering memiliki pengaruh dan dampak yang negatif jika dicermati dengan seksama. Pengaruh yang ada dari globalisasi pada aspek kehidupan sejak awal tujuannya sangat dirasakan dampaknya dalam dunia dakwah.

Banyak kasus yang muncul, misalnya pergaulan bebas yang juga muncul adalah dampak negatif dari nilai-nilai di atas. Persoalan miras, narkoba, dan lain-lain, dikarenakan sebuah pemujaan terhadap kebebasan pribadi yang tidak lagi mengindahkan nilai-nilai agama. Sehingga dampaknya ternyata bukan hanya menimpa dirinya sendiri, tetapi juga terhadap masyarakat dan siswa yang lain.

Oleh karena itu, nilai-nilai negatif tersebut haruslah dinetralisir dengan nilai-nilai luhur ajaran Islam yang sangat menekankan keseimbangan kehidupan pada bidang ekonomi dan perdagangan serta memberikan dampak multidimensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Dakwah

Pengertian dakwah secara bahasa berarti mengajak, secara istilah pengertian dakwah Islam diartikan sebagai upaya atau usaha mengajak seseorang kepada ketaatan terhadap perintah dan ajaran Islam. Pengertian dakwah Islam pada masa Rasulullah merupakan upaya yang dilakukan Rasulullah untuk mengenalkan agama Allah yang pada awalnya menitik beratkan pada pemurnian aspek akidah seseorang. Setelah seseorang memiliki akidah yang murni bersumber pada Allah semata, selanjutnya dikenalkan pada ketaatan ibadah, perbaikan akhlak dan kewajiban untuk melaksanakan jihad agama Allah. Dakwah merupakan sebuah amal ibadah yang menjadi warisan panjang dan turun temurun. Ulama dan orang-orang shaleh dewasa ini merupakan generasi pewaris dakwah Islam.

Dakwah juga sebagai proses yang kompleks dan unik. Kompleks artinya didalam proses dakwah mengikut sertakan keseluruhan aspek kepribadian, baik bersifat jasmani maupun rohani. Sedangkan unik artinya didalam proses dakwah sebagai objek dakwahnya terdiri dari berbagai macam perbedaan, seperti perbedaan dalam kemampuan, sifat, kehendak dan sebagainya (Asep, 2002: 26).

B. Dakwah di Era Globalisasi

Istilah globalisasi sering diberi arti yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, sehingga disini perlu penegasan lebih dulu. Akbar S. Ahmed dan Hastings Donnan (dalam Qodri, 2003: 50) memberi batasan bahwa globalisasi pada prinsipnya mengacu pada perkembangan-perkembangan yang cepat di dalam teknologi komunikasi, transformasi, informasi yang bisa membawa bagian-bagian dunia yang jauh yang bisa dijangkau dengan mudah. Menurut Thomas L. Friedman globalisasi memiliki dimensi ideologi dan dimensi teknologi. Dimensi ideologi yaitu kapitalisme dan pasar bebas, sedangkan dimensi teknologi adalah teknologi informasi yang telah menyatukan dunia.

Selo Soemardjan (dalam Ahmad, 2005: 106) berpendapat bahwa globalisasi merupakan suatu proses terbentuknya sistem organisasi dan komunikasi antar masyarakat di seluruh dunia. Tujuan globalisasi adalah untuk mengikuti sistem dan kaidah-kaidah tertentu. Albrow juga berpendapat bahwa globalisasi mengacu pada semua proses dimana masyarakat dunia dimasukkan ke dalam sebuah masyarakat tunggal dunia, masyarakat global.

Globalisasi pada intinya memberikan peluang besar bagi keberlangsungan modernisasi. Antara modernisasi dan globalisasi mempunyai hubungan erat yaitu terletak pada sistem nilai pendorongnya yang sama-sama humanistik-sekularistik. Modernitas setidaknya dalam perspektif Weberian dapat dilihat sebagai proses rasionalisasi dan sekularisasi dalam konteks kebudayaan masyarakat industri. Karena itu dalam proses globalisasi dan modernitas tidak bebas nilai. Hal ini dapat dilihat dari watak dasarnya seperti dikemukakan Robertson (dalam Beckford dan Kuhn, 1991) yaitu adanya proses sosiatisasi, individualisasi, internasionalisasi, dan humanisasi.

Perintah Allah untuk menyeru kepada sekalian manusia merupakan perintah untuk berinteraksi melalui informasi dan komunikasi. Al-qur'an adalah sumber informasi mengenai keagamaan (Islam) dari Tuhan kepada umat manusia sebagai pemeluk Islam. Demikian pula sabda Rasulullah yang memerintahkan untuk menyampaikan ilmu walaupun itu hanya satu ayat saja kepada orang lain. Dunia kini telah memasuki abad informasi, masyarakat manusia kini sedang dalam proses menjadi masyarakat informasi. Untuk mengantisipasi trend masyarakat modern harus dapat mempersiapkan materi-materi dakwah yang lebih mengarah pada antisipasi kecenderungan-kecenderungan masyarakat.

Untuk menghadapi berbagai tantangan umat Islam dewasa ini, dakwah merupakan suatu yang sangat relevan untuk dikembangkan di era informasi ini, salah satu media dakwah yang efektif dan dapat dikembangkan era informasi ini adalah pers Islam. Pers Islam adalah proses menginput, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa yang menyangkut umat Islam dan ajaran Islam pada khalayak.

Peran pers Islam yang harus dilakukan:

1. Pertama, pers Islam harus bersifat kritis terhadap lingkungan luar, sanggup menyaring informasi barat yang relevan dan tidak bias terhadap umat islam. Ini sesuai dengan firman Allah: "jika orang fasik membawa berita, maka selidiki berita itu terlebih dahulu", (Departemen Agama RI, Q.S. Al-Hujurat: 6).
2. Kedua, pers Islam harus mampu menjadi penerjemah. Islam perlu diorientasikan kedepan agar sanggup berbicara dengan berbagai problema sosial dewasa ini sesuai dengan firman Allah: "hendaknya setiap diri melihat apa yang sudah dipersiapkan untuk masa depannya, bertakwalah kepada Allah". (Departemen Agama RI, Q.S. Al-Hasyr: 18).
3. Ketiga, pers Islam hendaknya sanggup melakukan proses sosialisasi.
4. Keempat, pers Islam harus sanggup mempersatukan setiap kelompok umat dengan memberikan kesiapan untuk bersikap terbuka bagi perbedaan paham. Peran pers islam hendaknya mampu seperti yang dipesankan Al-qur'an "dan berpeganglah kamu sekalian dengan tali Allah, dan janganlah kamu bercerai-berai" (Departemen Agama RI, Q.S. Ali-Imran: 103).

Pers memiliki tiga fungsi utama dan fungsi sekunder, fungsi utama media ini adalah:

1. To inform (menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas, negara dan dunia).
2. To comment (mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkan ke dalam fokus berita).
3. To provide (menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan dimedia).

Sedangkan fungsi sekunder media pers adalah:

1. Untuk mengapanyekan proyek-proyek yang bersifat kemasyarakatan, yang sangat diperlukan untuk membantu kondisi-kondisi tertentu.
2. Memberikan hiburan kepada pembaca dengan sajian cerita komik, kartun, dan cerita-cerita khusus.
3. Melayani pembaca sebagai konselor yang ramah, menjadi agen informasi dan memperjuangkan hak.

Di era informasi canggih seperti sekarang ini, tidak mungkin dakwah masih hanya di Musholla yang hanya diikuti oleh mereka yang hadir disana. Penggunaan media-media komunikasi modern adalah sesuatu yang harus dimanfaatkan keberadaannya untuk kepentingan menyampaikan ajaran-ajaran Islam atau dakwah Islam, karena pada umumnya dakwah pada masa sekarang ini lebih banyak menggunakan media untuk digunakan sebagai perantara berdakwah, banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah.

Dalam komunikasi, media dapat diklasifikasikan menjadi tiga macam yaitu:

1. Media terucap yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sebagainya.
2. Media tertulis yaitu media yang berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, dan lain sebagainya.
3. Media dengar pandang yang biasanya disebut Audio visual yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar seperti film, video, televisi, dan sejenisnya (Ahmad, 2005: 105).

Selain itu, ada yang mengklasifikasi jenis media dakwah menjadi dua bagian, yaitu:

1. Media tradisional (tanpa teknologi komunikasi)
2. Media modern (dengan teknologi komunikasi).

Klasifikasi jenis media dakwah diatas tidak terlepas dari dua media penerimaan informasi yang dikemukakan oleh al-quran yakni: media sensasi dan media persepsi. Peranan media dakwah adalah sebagai alat bantu yang berarti memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan dakwah. Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan didalam memilih media dakwah. Hal-hal yang menjadi pertimbangan disaat memilih media dakwah adalah:

- a. Materi dakwah
- b. Sasaran dakwah
- c. Kemampuan da'i
- d. Ketersediaan media
- e. Kualitas media.

Adapun yang menjadi masalah disini adalah masalah memilih. memilih tentu saja mengandung konsekuensi mengetahui dan menguasai cara memanfaatkan potensi yang dipilihnya. Tidak hanya memilih untuk disimpan dan dibiarkan saja. Karena sekarang adalah era globalisasi informasi, artinya di era tersebut terjadi penghilangan batas ruang dan waktu dari hasil perkembangan teknologi komunikasi. Masalah teknologi komunikasi menjadi penting untuk diupayakan agar para da'i menguasainya, karena pada hakikatnya dakwah dalam proses komunikasi baik media visual, audio, dan lebih penting lagi media audio visual termasuk televisi. Dalam memilih media dakwah juga ada beberapa prinsip yang perlu diantaranya adalah:

1. Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya.
2. Adanya perhatian dari mad'u terhadap media yang digunakan.
3. Pemilihan media dilakukan secara objektif (Nawari, 2010: 44).
- 4.

C. Metode Dakwah di Era Globalisasi

Ada empat hal penting yang harus diorganisir oleh da'i dalam memfilter trend masyarakat global yang negatif, seiring dengan perkembangan dan trend masyarakat dunia serta masalah manusia yang semakin kompleks, yaitu :

1. Perlu adanya konsep dan strategi dakwah yang tepat untuk membentuk ketahanan diri dan keluarga melalui pengefektifan fungsi nilai-nilai agama, karena dengan dasar agama yang kuat dapat dijadikan filter pertama dan utama untuk menghadapi berbagai trend budaya yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam.
2. Mempertahankan nilai-nilai budaya luhur yang dapat melestarikan tradisi positif yang pada dasarnya tidak bertentangan dengan paham dan ajaran agama (Islam) yang menanamkan nilai-nilai baik dan suci.
3. Perlu dukungan dan keikutsertakan semua lapisan masyarakat untuk menciptakan dan memiliki komitmen yang sama dalam melihat seberapa bergunanya nilai-nilai baru itu untuk sebuah komunitas dan kemajuan masyarakat.

4. Kesiapan dan kematangan intelektual serta emosional setiap penerima message baru, apakah hal tersebut memang akan mendatangkan manfaat plus bagi diri dan lingkungannya (Abd Madjid, 2000: 103).

Berkaitan dengan dampak globalisasi pada tatanan kehidupan masyarakat, maka dibutuhkan metode yang tepat. Metode berarti rangkaian yang sistematis dan merujuk kepada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti, mapan, dan logis. Dalam melaksanakan suatu kegiatan dakwah diperlukan metode penyampaian yang tepat agar tujuan dakwah tercapai. Metode dalam kegiatan dakwah adalah suatu rencana yang tersusun dan teratur yang berhubungan dengan cara penyajian. Sebenarnya, metode dakwah adalah sesuatu yang lazim dikenal dan diterapkan oleh da'i, akan tetapi secara garis besar dapat dibagi menjadi tiga sebagai berikut;

1. Pertama dakwah bil-kitabah yaitu berupa buku, majalah, surat, surat kabar, spanduk, pamflet, lukisan-lukisan dan sebagainya,
2. Kedua dakwah bil-lisan, meliputi ceramah, seminar, symposium, diskusi, khutbah, saresehan, brain storming, obrolan, dan sebagainya.
3. Ketiga dakwah bil-hal, yaitu berupa prilaku yang sopan sesuai ajaran Islam, memelihara lingkungan, dan lain sebagainya.

Dalam rangka keberhasilan dakwah di era global, maka diperlukan da'i yang memiliki profil yang diantaranya memiliki komitmen tauhid, istiqamah dan jujur, memiliki visi yang jelas, memiliki wawasan keislaman, memiliki kemampuan memadukan antara dakwah bil-lisan dengan dakwah bil-hal, sesuai kata dengan perbuatan, berdiri di atas semua paham dan aliran, berpikir strategis, memiliki kemampuan analisis interdisipliner, sanggup berbicara sesuai dengan kemampuan masyarakat.

D. Tantangan Dakwah di Era Globalisasi

Ketika masyarakat memasuki era globalisasi dengan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi, tantangan dakwah yang dihadapi semakin rumit. Tantangan tersebut tidak mengenal ruang, batas, waktu dan lapisan masyarakat, melainkan ke seluruh sektor kehidupan dan hajat hidup manusia, termasuk agama. Artinya, kehidupan keagamaan umat manusia tidak terkecuali Islam di mana pun ia

berada akan menghadapi tantangan yang sama. Soejatmoko menandakan bahwa agama pun kini sedang diuji dan ditantang oleh zaman (Anwar, 2011: 10).

Meskipun diakui bahwa di satu sisi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menciptakan fasilitas yang memberi peluang bagi pengembangan dakwah, namun antara tantangan dan peluang dakwah dewasa ini, agaknya tidak berimbang. Tantangan dakwah yang amat kompleks dewasa ini dapat dilihat dari minimal dari tiga perspektif, yaitu :

1. Pertama, perspektif perilaku (behaviouristic perspective). Salah satu tujuan dakwah adalah terjadinya perubahan perilaku (behaviour change) pada masyarakat yang menjadi obyek dakwah kepada situasi yang lebih baik. Tampaknya, sikap dan perilaku (behaviour) masyarakat dewasa ini hampir dapat dipastikan lebih banyak dipengaruhi oleh keadaan sekitarnya.
2. Kedua, tantangan dakwah dalam perspektif transmisi (transmissional perspective). Dakwah dapat diartikan sebagai proses penyampaian atau transmisi ajaran agama Islam dari da'i sebagai sumber kepada mad'u sebagai penerima. Ketika ajaran agama ditransmisikan kepada masyarakat yang menjadi obyek, maka peranan media sangat menentukan. Ziauddin Sardar mengemukakan bahwa abad informasi ternyata telah menghasilkan sejumlah besar problem. Menurutnya, bagi dunia Islam, revolusi informasi menghadirkan tantangan-tantangan khusus yang harus diatasi, agar umat Islam harus bisa memanfaatkannya untuk mencapai tujuan dakwah.
3. Ketiga, tantangan dakwah perspektif interaksi. Ketika dakwah dilihat sebagai bentuk komunikasi yang khas (komunikasi agama/islami,) maka dengan sendirinya interaksi sosial akan terjadi, dan di dalamnya terbentuk norma-norma tertentu sesuai pesan-pesan dakwah. Yang menjadi tantangan dakwah dewasa ini, adalah bahwa pada saat yang sama masyarakat yang menjadi obyek dakwah pasti berinteraksi dengan pihak-pihak lain atau masyarakat sekitarnya yang belum tentu membawa pesan yang baik, bahkan mungkin sebaliknya.

Tantangan dakwah yang lain setidaknya terbagi menjadi tiga aspek. Aspek yang pertama yaitu aspek pribadi/internal, dimana aspek ini terletak pada diri seorang da'i yang masih merasa ragu akan keberlangsungan dakwahnya. Aspek kedua yaitu aspek eksternal yang meliputi harta, kekuasaan maupun jabatan yang bisa menjadi bom waktu dalam berdakwah. Aspek yang terakhir yaitu aspek pergerakan dimana biasanya dalam realitanya da'i masih belum bisa bersikap profesional dalam berdakwah. Terlebih lagi ketika berada dalam dunia globalisasi yang semua kebutuhan bisa tercukupi dengan sekejap. Entah kebutuhan itu bisa mendukung ataupun menggajal semuanya bisa didapatkan dengan mudah.

KESIMPULAN

Dunia kini telah memasuki abad informasi, masyarakat manusia kini sedang dalam proses menjadi masyarakat informasi. Untuk mengantisipasi trend masyarakat modern harus dapat mempersiapkan materi-materi dakwah yang lebih mengarah pada antisipasi kecenderungan-kecenderungan masyarakat. Untuk menghadapi berbagai tantangan umat Islam dewasa ini, dakwah merupakan suatu yang sangat relevan untuk dikembangkan di era informasi ini, salah satu media dakwah yang efektif dan dapat dikembangkan era informasi ini adalah pers Islam. Pers Islam adalah proses menginput, mengolah, dan menyebarkan berbagai peristiwa yang menyangkut umat Islam dan ajaran Islam pada khalayak. Peranan media dakwah adalah sebagai alat bantu yang berarti memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan dakwah

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, Ahmad 2005. *Paradigma Dakwah Kontemporer*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra),
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer; Sebuah Studi Komunikasi*. (Yogyakarta: Graha Ilmu),
- Azizy, Qodri. 2003. *Melawan Globalisasi; Reinterpretasi Ajaran Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar),
- Departemen Agama RI. 2004. *Alqur'anul Karim*, (Surabaya; PT Kusuma Jaya Abadi),
- Ismail, Nawari. 2010. *Pergumulan Dakwah Islam Dalam Konteks Sosial Budaya; Analisis Kasus Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Book Publisher),

Madjid, Abd. 2000. *Tantangan dan Harapan Umat Islam di Era Globalisasi*. Bandung: Pustaka Setia),
Muhidin, Asep. 2002. *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia),