

Peran Manajemen Dakwah di Era Globalisasi (Sebuah Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan)

Lilik Jauharotul Wastiyah¹

¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: LilikJauharotulWastiyah1991@gmail.com

Abstract: *In Islam, every Muslim has a da'wah obligation according to the abilities he has. However, in relation to this article, specifically the role of da'wah management carried out by the preacher as a knowledgeable person in religious knowledge is to enforce amar ma'ruf nahi munkar. In conveying da'wah messages, both in the form of speech, act and polite attitude, the preachers must have the capacity and integrity in front of people and also in everyday live. A preacher plays a significant role as a lantern to brighten the people. And a preacher also has to have a strategy in conveying knowledge, beautiful messages, good management in preaching, skills in using technology in this globalization era, mastery of the right media and da'wah method so that da'wah can be delivered well in the Muslim society.*

Keyword: *Management; Da'wah; Globalization*

Abstrak: Dalam Islam setiap mukmin memiliki kewajiban dakwah sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Namun, dalam kaitannya dengan artikel ini, secara khusus peran manajemen dakwah yang diemban oleh da'i selaku manusia yang berilmu dan faham ilmu agama adalah untuk menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar*. Dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah, baik dalam bentuk ucapan, perbuatan dan sikap yang santun, para da'i mesti memiliki kapasitas dan integritas di hadapan umat dan juga di kehidupan sehari-hari. Seorang da'i memiliki andil yang sangat besar sebagai lentera untuk menerangi umat. Dan seorang da'i juga harus memiliki strategi dalam menyampaikan ilmu, pesan-pesan indah, memanajemen dengan baik dalam berdakwah, keterampilan dalam menggunakan teknologi di era globalisasi ini, penguasaan media dan metode dakwah yang tepat sehingga dakwah bisa terus eksis di lingkungan masyarakat.

Kata kunci: Manajemen; Dakwah; Globalisasi

Pendahuluan

Pada era teknologi informasi dan transportasi sekarang ini, sadar maupun tidak, umat manusia dihadapkan pada berbagai pilihan. Satu sisi, pilihan tersebut akan membawa hikmah dan manfaat bagi kehidupan dirinya tetapi pada sisi lain justru akan membawa laknat dan kesengsaraan. Misalnya, kemajuan teknologi komputer, telepon genggam dengan berbagai desain dalam lapangan teknologi informasi. Teknologi luar angkasa yang membawa satelit, rumah kaca, gedung bertingkat, perangkat senjata dan lainnya adalah perkembangan-perkembangan yang selalu memiliki nilai ganda dalam memfungsikannya (Saripudin & Sambas, 2007). Selain adanya kemajuan dan perkembangan zaman dalam bidang teknologi, era

globalisasi juga membawa perubahan dalam dunia dakwah sehingga mau tidak mau strategi dakwah juga harus mengikuti perkembangan zaman.

Islam telah menetapkan bagi setiap mukmin untuk menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* yaitu, menganjurkan pada setiap mukmin untuk menyuruh orang lain selalu mengerjakan kebaikan dan mengajak mereka semaksimal mungkin menjauhi segala bentuk kemungkaran atau keburukan. Seseorang yang berbuat kebaikan akan disediakan pahala baginya sedangkan bagi mereka yang telah berbuat keburukan tersedia siksa sebagai balasannya. Oleh karena itu, dengan tegaknya *amar ma'ruf nahi munkar* yang dilakukan dengan cara-cara yang bijak akan terciptalah kelompok masyarakat yang saling mencintai segala perbuatan baik dan membenci segala perbuatan buruk (Gulen, 2011).

Menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* merupakan tujuan utama dan termulia diciptakannya manusia. Allah SWT telah menciptakan alam semesta yang sebesar dan selengkap ini demi terwujudnya usaha *amar ma'ruf nahi munkar*. Karena itu, Allah "Azza wa Jalla" sengaja menciptakan manusia sebagai khalifah dipermukaan bumi ini, demi terwujudnya kekhilafahan. Dan untuk menunjang keberhasilan tugas kekhilafahan tersebut, Allah SWT sengaja mengutus Nabi dan Rasul sebagai penunjuk jalan menuju kehendak-Nya.

Pada hakikatnya dakwah merupakan suatu hal yang berkaitan erat dengan ajaran agama Islam yang di dalamnya meliputi Al-Qur'an dan Hadits juga hubungannya dengan manusia sebagai hamba Allah yang mempunyai fitrah dalam beragama. Tidak semua manusia yang ada di muka bumi ini mempunyai rasa keingintahuan tentang suatu agama, sehingga tidak semua manusia ini akan menjadi sasaran dakwah. Meskipun dalam garis besarnya dakwah harus disampaikan kepada siapapun. Tetapi disini manusia yang akan menjadi sasaran dakwah adalah manusia yang mempunyai keinginan dalam mempelajari agama.

Dakwah dalam Islam menduduki posisi utama dan strategis. Kegagalan dan keberhasilan Islam menghadapi perubahan dan perkembangan zaman sangat ditentukan dalam kegiatan dakwah yang dilakukan oleh umatnya (Rubani, 2010).

Pada saat ini, kita semua telah berada di era globalisasi sehingga semua orang begitu mudah mendapatkan informasi-informasi yang terjadi di seluruh penjuru dunia. Oleh sebab itu orang tua, keluarga, lingkungan dan pendidik sangat berperan penting dalam mengawasi generasi-generasi penerus bangsa. Jangan sampai mereka menjadikan zaman yang semakin canggih ini dengan hal-hal yang tidak bermanfaat bahkan bisa merusak masa depan mereka semua.

Di era globalisasi ini dianjurkan untuk berdakwah dengan cerdas, maksudnya adalah seorang pendakwah (da'i) mesti bijak dan kreatif dalam menyampaikan pesan dakwah, selain dengan menggunakan media lisan dan tulisan da'i mampu menggunakan media teknologi dan informasi sebagai sarana dakwah dalam rangka berdakwah menyeruh umat kepada jalan kebenaran. Sehingga cara penyampaian dan bentuk-bentuk dakwah lebih variatif dengan demikian ajaran Islam mampu mengikuti perkembangan zaman.

Dari latar belakang di atas, dapat diambil rumusan masalah yaitu bagaimana peran manajemen dakwah di era globalisasi saat ini ? Apa saja media dan metode yang tepat dalam

menyampaikan dakwah di era globalisasi? Kemudian bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dakwah di era globalisasi?

Metode

Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya (Arikunto, 2010). Pada pembahasan artikel ini, metode penelitian yang dipakai menurut hemat penulis adalah dengan menggunakan metode studi kepustakaan, yang merujuk pada buku-buku yang ada kaitannya dengan da'wah, ilmu da'wah, manajemen da'wah dan buku-buku lain yang membahas tentang teknologi informasi dan komunikasi, juga berdasarkan pada kondisi *real* saat ini.

Hasil dan Pembahasan

Manajemen

Kata manajemen berasal dari Bahasa Latin, yaitu dari asal kata *manus* yang berarti tangan dan *agere* yang berarti melakukan. Kata-kata itu digabung menjadi kata kerja *managere* yang artinya menangani. *Managere* diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja *to manage*, dengan kata benda *managemen*, dan *manager* untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Akhirnya, *managemen* diterjemahkan kedalam Bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan (Usman, 2009).

Manajemen atau pengelolaan merupakan terjemahan dari kata “managemen” asal kata dari Bahasa Inggris yang diindonesiakan menjadi “manajemen” atau menejemen. Di dalam kamus umum Bahasa Indonesia, disebutkan bahwa pengelolaan berarti penyelenggaraan. Di lihat dari kata “manajemen” dapat disimpulkan bahwa pengelolaan adalah penyelenggaraan atau pengurusan agar sesuatu yang dikelola dapat berjalan dengan lancar, efektif dan efisien. Pengelolaan diartikan sebagai kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan kegiatan-kegiatan orang lain (Mudasir, 2011).

Secara etimologis, kata manajemen berasal dari bahasa Inggris, *management*, yaitu berarti ketatalaksanaan, tata pimpinan dan pengelolaan. Artinya manajemen adalah sebagai suatu proses yang diterapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya-upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan (Munir & Ilaihi, 2006).

Dalam Bahasa Arab, istilah manajemen diartikan sebagai *an-nizam* atau *at-tanzhim*, yang merupakan suatu tempat untuk menyimpan segala sesuatu dan penempatan segala sesuatu pada tempatnya. Manajemen dalam arti luas adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian (P4) sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Jadi dapat disimpulkan pengertian manajemen adalah suatu usaha ataupun kemampuan individu maupun kelompok untuk merencanakan, mengatur, mengelola kegiatan-kegiatan dengan tujuan tertentu dalam rangka mencapai hasil yang optimal.

Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *di'a*, yang di artikan sebagai mengajak atau menyeru, memanggil, seruan, permohonan dan permintaan. Istilah ini sering di beri arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh*, *amr ma'ruf* dan *nahi munkar*, *mau'idzhoh hasanah*, *tabsyir*, *indzhar*, *washiyah*, *tarbiyah*, *ta'lim*, dan *khotbah*.

Abdul Aziz menjelaskan, bahwa dakwah bisa berarti: (1) memanggil, (2) menyeru, (3) menegaskan atau membela sesuatu, (4) perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu dan (5) memohon dan meminta (Sukayat, 2005).

Menurut (Ilaihi, 2010), dalam bukunya komunikasi dakwah pengertian dakwa adalah Pertama, ajakan kejalan Allah SWT. Kedua, dilaksanakan secara berorganisasi. Ketiga, kegiatan untuk mempengaruhi manusia aga masuk kejalan Allah SWT. Keempat, sasaran bisa secara fardhiyah ataupun jama'ah. Istilah dakwah dalam Al-Qur'an diungkapkan dalam bentuk fi'il maupun *mashdar* sebanyak lebih dari seratus kata. Al-Qur'an meggunakan kata dakwah untuk mengajak kepada kebaikan yang disertai dengan resiko masing-masing pilihan.

Secara terminologis pengertian dakwah di maknai dari aspek positif ajakan tersebut, yaitu ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia akhirat. Sementara itu, para ulama memberikan definisi yang bervariasi, antara lain: 1) Ali Makhfudh dalam kitabnya "*Hidayatul Mursyidin*" mengatakan, dakwah adalah dorongan manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan mungkar agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat. 2) Muhammad Khidr Husain dalam bukunya "*al-Dak-wah ila al Ishlah*" mengatakan, dakwah adalah upaya untuk memotivasi orang agar berbuat baik dan mengikuti jalan petunju, dan melakukan *amr ma'ruf nahi munkar* dengan tujuan mendapatkan kesuksesan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat. 3) Ahmad Ghalwasy dalam bukunya "*ad Dakwah al Islamiyyah*" mengatakan bahwa, ilmu dakwah adalah ilmu yang dipakai untuk mengetahui berbagai seni menyampaikan kandungan ajaran Islam, baik itu akidah, syariat, maupun akhlak. 4) Nasarudin Latif menyatakan, bahwa dakwah adalah setiap usaha aktivitas dengan lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah SWT sesuai dengan garis-garis akidah dan syariat serta akhlak islamiah. 5) Toha Yahya Oemar mengatakan bahwa, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka dunia dan akhirat. 6) Masdar Helmy mengatakan bajwa dakwah adalah mengajak dan menggerakkan manusia agar menaati ajaran-ajaran Allah (Islam) termasuk *amr ma'ruf nahi munkar* yang bisa memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat dan 7) Quraish Shihab mendefinisikannya sebagai seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha mengubah situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat.

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa esensi dakwah merupakan aktifitas dan upaya untuk mengubah manusia, baik individu maupun masyarakat dari situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik. Lebih dari itu, istilah dakwah mencakup pengertian antara lain: 1) Dakwah adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang bersifat menyeru atau mengajak

kepada orang lain untuk mengamalkan ajaran Islam. 2) Dakwah adalah suatu proses penyampaian ajaran Islam yang dilakukan secara sadar dan sengaja. 3) Dakwah adalah suatu aktivitas yang pelaksanaannya bisa dilakukan dengan berbagai cara atau metode. 4) Dakwah adalah kegiatan yang direncanakan dengan tujuan mencari kebahagiaan hidup dengan dasar keridhaan Allah. 5) Dakwah adalah usaha peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap batin dan perilaku umat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam menjadi sesuai dengan tuntutan syariat untuk memperoleh kebahagiaan hidup didunia dan di akhirat.

Mengenai tujuan dakwah adalah untuk mengubah pandangan hidup dalam Surat Al-Anfal ayat 24, disiratkan bahwa yang menjadi maksud dari dakwah adalah menyadarkan manusia akan arti hidup yang sebenarnya. Hidup bukanlah untuk makan, minum dan tidur saja. Manusia dituntut untuk memaknai hidup yang dijalani dan mengeluarkan manusia dari gelap gulita menuju terang benderang.

Manajemen Dakwah

Rosyad Shaleh mengartikan manajemen dakwah sebagai proses perencanaan tugas, mengelompokkan tugas, menghimpun dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkan ke arah pencapaian tujuan dakwah.

Inilah yang merupakan inti dari manajemen dakwah, yaitu sebuah pengaturan secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan atau aktivitas dakwah yang dimulai dari sebelum pelaksanaan sampai akhir dari kegiatan dakwah.

Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin, median yang merupakan bentuk jamak dari medium. Secara etimologi berarti alat perantara. Hafied Cancara, memberikan definisi media yaitu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Menurut Wilbur Schram, mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara khusus yang dimaksud dengan media dakwah adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide dan sebagainya.

Hamzah Ya'cub, media dakwah alat objektif yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah. Sementara itu, Wardi Bachtiar dalam Samsul Munir Amin menjelaskan bahwa media dakwah merupakan perantara yang digunakan dalam menyampaikan materi dakwah kepada penerima materi dakwah. Media yang dimaksud bisa jadi televisi, video, kaset, rekaman, majalah dan surat kabar.

Aqib Suminto dalam Ahmad Zuhdi, menjelaskan pentingnya penggunaan media dalam berdakwah, yang ia sebutkan adalah media komunikasi massa, yaitu setiap alat yang dipergunakan untuk mengadakan pengumuman, atau menyebarkan sesuatu penerangan atau propaganda kepada umum.

Media dakwah adalah instrumen yang dilalui oleh pesan atau saluran pesan yang menghubungkan antara da'i dan mad'u. Pada prinsipnya dakwah dalam tataran proses, sama dengan komunikasi, maka media pengantar pesanpun sama. Media dakwah berdasarkan jenis dan peralatan yang melengkapinya terdiri dari media tradisional (gendang, rebana, bedug, suling, wayang dan lain-lain), media modern (telepon, radio, tape recorder, surat kabar, buku, majalah, brosur, poster dan pamflet), dan perpaduan kedua media tradisional dan modern (wayang, sandiwara yang bernuansa Islam dan ditayangkan ditelvisi). Bentuk-bentuk media dakwah menurut para ahli ada beberapa jenis.

Menurut Aqib Suminto ada tiga media dakwah yaitu: a) Media tercetak, media tercetak adalah termasuk salah satu alat yang ampuh dalam komunikasi. Keistimewaan yang dimiliki oleh media ini yang tidak terdapat pada media lain yaitu media ini bisa dinikmati atau dibaca berulang kali sehingga benar-benar bisa mempengaruhi sasarannya. Contoh dari media tercetak ini adalah bahasa tertulis (visual) seperti koran, majalah, buku-buku dan surat-surat selebaran. b) Radio, media radio merupakan alat yang jauh lebih hebat daya penetrasinya. Ia dapat menembus ke pelosok-pelosok yang tidak dapat dicapai oleh media cetak. Ia tidak mengenal batas-batas teritorial suatu negara. Contoh dari media radio ini adalah bahasa lisan (audio). c) Film dan televisi, media film dan televisi ini bisa dilihat dan didengar (audio-visual). Kedua media ini terutama televisi tidak kalah pentingnya jika dibandingkan dengan radio. Meskipun daya penetrasi tidak seperti radio, namun ia mampu menembus tembok-tembok justru dengan gambar dan suara. Apalagi dengan ditemukannya sistem satelit relay, maka televisi mampu memindahkan gambar dari suatu benua ke benua lain di permukaan bumi ini.

Hamzah Ya'cub mengelompokkan media dakwah dalam beberapa macam yaitu sebagai berikut: a) Lisan, media lisan adalah kegiatan dakwah yang dilaksanakan melalui ucapan, yang selalu dilakukan oleh pendakwah seperti khutbah, nasehat, pidato, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah dan lain-lain. b) Tulisan, Dakwah dengan cara tulisan adalah dakwah yang dilakukan dengan perantara tulisan, seperti buku-buku, majalah, surat kabar, buletin, risalah, kuliah-kuliah tertulis, pamflet, pengumuman tertulis, spanduk dan lain-lain. c) Lukisan, lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur dan sebagainya. Dalam aktifitas dakwah, seni merupakan bagian dari cara menarik audiens. d) Audio Visual, audio visual adalah suatu cara penyampaian yang sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran. Bentuk ini dilaksanakan dalam media televisi dan jenis media lainnya. Dakwah yang disampaikan melalui media televisi sangaatlah efektif dan mudah untuk masyarakat, serta jangkauannya sangat luas. Media Audio Visual seperti televisi, film slide, OHP, internet dan sebagainya. e) Akhlak, alat dakwah yang sangat utama adalah akhlak. Akhlak yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh mad'u. Akhlak disini ialah perilaku yang tercermin dalam kehidupan sehari-hari dapat dijadikan media dakwah dan sebagai alat untuk mencegah orang dari berbuat kemungkaran, atau juga yang mendorong orang lain berbuat ma'ruf. f) Budaya, Kaidah budaya (norma sosial) ialah petunjuk hidup yang seharusnya dipatuhi oleh anggota masyarakat demi terjaminnya ketentraman sosial bersama. Budaya mampu melahirkan kepekaan masyarakat yang sekaligus mencerminkan rasa

cintanya kepada nilai-nilai positif dari leluhur sehingga dapat membentuk peradaban yang indah. Budaya dijadikan sebagai media dakwah contohnya Aceh dengan kebudayaan atau seninya. Dimana diketahui Aceh dengan kesenian tari seribu tangan yang dimilikinya. Karena menurut sejarah orang Aceh, pada zaman dahulu tari saman digunakan untuk menyampaikan ajaran-ajaran Islam kepada masyarakat. Koentjaraningrat, memandang bahwa kebudayaan itu memiliki unsur-unsur penting diantaranya adalah: 1) Sistem religi dan upacara keagamaan 2) Sistem dan organisasi kemasyarakatan 3) Sistem pengetahuan 4) Bahasa 5) Kesenian 6) Sistem mata pencaharian hidup dan Sistem teknologi dan peralatan.

Selain media diatas pada era globalisasi ini para da'i bisa menggunakan internet sebagai media dalam menyampaikan dakwah. Sebagaimana kita ketahui internet sudah sangat akrab dengan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan karena informasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang dapat di akses melalui handphone.

Sebagai seorang da'i, selain berdakwah didunia nyata juga diperlukan berdakwah melalui maya sebagai pendukung dakwah didunia nyata. Karena berdakwah lewat dunia nyata sangat terikat oleh ruang dan waktu. Ada beberapa fasilitas yang bisa dijadikan media dakwah didunia maya diantaranya, yaitu: blog, e-mail, facebook, instagram, youtube, whatsapp, dan lain sebagainya.

Masing-masing media tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangan untuk itu pengguna layanan internet haruslah bijak menerima informasi didunia maya. Untuk peningkatan, pengembangan sekaligus untuk efisiensi dakwah semua media tersebut mutlak harus dimanfaatkan. Karena sosialisasi ajaran Islam dan upaya rekayasa sosial sesuai dengan cita-cita Islam dapat diwujudkan dengan mengoptimalkan penggunaan fasilitas tersebut. Apalagi saat ini, arus globalisasi demikian intens menerpa kehidupan umat.

Metode Dakwah

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Metode dakwah merupakan salah komponen yang sangat penting, karena penyampaian risalah Islam tidak mungkin dimengerti dan dipahami dengan baik bila disampaikan dengan cara yang kurang baik. Bagi seorang da'i yang belum memahami metode dakwah, maka kegiatan dakwahnya bisa saja kaku dan kurang dipahami oleh pendengar (Zuhdi, 2016).

Metode dalam berdakwah sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu: 1) Siapa yang kita seru (ajak), cara berdakwah kepada generasi muda akan berbeda dengan cara berdakwah kepada orang tua. Cara berdakwah kaum wanita tidak sama dengan cara berdakwah kepada kaum laki-laki. Berdakwah kepada anak kecil lain caranya berdakwah kepada orang dewasa. Demikian pula gaya berdakwah orang mukmin berbeda dengan gaya berdakwah yang ditujukan orang bukan muslim. 2) Tempat berdakwah, kondisi tempat sangat menentukan bagaimana cara berdakwah. Berdakwah di negeri Islam berbeda dengan berdakwah di negeri kafur. Berdakwah di negeri yang demokratis berbeda dengan berdakwah di negeri otoriter. Berdakwah ditempat dimana ilmu pengetahuan sudah tersebar luas berbeda dengan berdakwah

membantu kegiatan dakwah, mendamaikan orang yang bermusuhan, bersikap Islami dan

sebagainya. 5) Dakwah Bil Hikmah, dakwah bil hikmah adalah dakwah dengan bijak, persuasif dan sesuai dengan keadaan objek dakwah. Dakwah bil hikmah merangkum semua metode dakwah sebelumnya. Dakwah bil hikmah bisa dipahami sebagai dakwah yang sesuai dengan tuntutan zaman, tuntutan kebutuhan, atau sesuai dengan situasi dan kondisi sehingga efektif. 6) Dakwah yang Lembut, Islam mengajarkan umatnya agar bersikap lemah lembut dalam berdakwah atau mengajak kebaikan. Rasulullah SAW dikenal kelemah-lembutannya dalam mengemban risalah Islam. Karena sikap lemah lembut beliau itu pula Islam memiliki daya tarik sangat kuat.

Era Globalisasi

Era globalisasi adalah suatu kenyataan yang sudah mempengaruhi perilaku dan kehidupan individu dan komunitas masyarakat kita. Secara literal globalisasi bermakna “proses mendunia”. Disebabkan hal itu manusia masa depan akan lebih merasa sebagai warga dunia, bukan hanya warga negara tertentu saja. Proses ini dipacu oleh kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi (Abdullah, 2018).

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di era globalisasi ini di ibaratkan seperti pisau bermata dua. Pada satu sisi dipandang sebagai kemajuan peradaban umat manusia, namun pada sisi yang lainnya berakses pada dehumanisasi. Tegasnya kemajuan tersebut termasuk didalamnya kemajuan teknologi informasi yang menawarkan rahmat dan laknat serta madu dan racun (sebuah tantangan dan peluang). Dakwah sebagai agen perubahan sosial (*agent of change*) sesuai dengan isyarat Al-Qur’an dituntut untuk memanfaatkan nilai rahmat dari era global dan meminimalisasi laknat yang mungkin ditimbulkannya.

Dalam konteks inilah, di anggap penting pemunculan gagasan dan pemikiran yang produktif guna pengayaan khazanah dakwah oleh para pakar yang peduli dengan perubahan dan perkembangan global. Pemikiran-pemikiran yang di maksud diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengelolaan dan aplikasi dakwah di masa depan.

Manajemen Dakwah di Era Globalisasi

Pada saat sekarang ini masyarakat di dunia telah berada di era globalisasi, yang ditandai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kemajuan yang paling menonjol dibidang teknologi adalah dengan lahirnya teknologi dan informasi yang canggih ditandai dengan berbagai macam problema diantaranya pada bidang politik, sosial, ekonomi, budaya dan kenegaraan. Untuk mengatasi problema tersebut maka diperlukan ilmu manajemen. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Siagian dalam M. Munir dan Wahyu Ilahi : “Abad ini merupakan abad manajemen karena segala sesuatunya memerlukan pengelolaan dan pengetahuan.”

Di era globalisasi juru dakwah merupakan sosok yang harus mampu menciptakan teori-teori dakwah, ia dapat melakukan melalui kegiatan ilmiah yang dapat memberikan konsep dan generalisasi baru yang diangkat dari penemuan-penemuan ilmiah, atau fakta-fakta sosial yang berkembang.

Mengingat pengertian dan lapangan dakwah sangat luas sehingga tidak bisa dilaksanakan secara sendiri-sendiri maka aktifitas dakwah harus dikelola dengan baik dalam sebuah organisasi dakwah agar dapat berjalan efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam sebuah organisasi dakwah, peranan manajemen sangat mempengaruhi seluruh proses aktifitas dakwah. Sedangkan istilah peranan manajemen secara umum merujuk kepada kategori-kategori tertentu dalam tingkah laku manajerial.

Dalam manajemen dakwah, hasil yang difokuskan adalah sasaran dakwah yang menjadi target bagi aktifitas dakwah yang direalisasikan dalam bentuk konkret. Oleh karena itu, diperlukan tindakan kolektif dalam bentuk kerjasama sesuai dengan kapasitas dan kemampuan yang dimiliki oleh para pelaku dakwah, sehingga masing-masing mampu memberikan kontribusi yang maksimal secara profesional.

Kapasitas peranan (peran interpersonal, peran informasi dan peran desisional) manajemen dakwah dalam hal ini, adalah melakukan kerjasama secara harmonis yang merupakan usaha kolektif, terwujud dalam sebuah organisasi yang masing-masing memiliki fungsi dan tugas sesuai dengan bidangnya, diatur memenuhi prinsip-prinsip manajemen. Bila kondisi tersebut berjalan, maka tujuan dari organisasi dakwah akan mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan Dakwah di Era Globalisasi

Proses globalisasi sedang berjalan, semakin lama semakin intens. Terdapat dua pandangan ahli tentang eksistensi globalisasi. Pertama, memandang abad ini sebagai abad kenyamanan hidup, dimana peradaban manusia semakin efektif dan efisien. Kedua, memprediksikan sebagai abad yang penuh tirani yang dapat menghancurkan nilai-nilai kemanusiaan. Perilaku masyarakat di era globalisasi ditandai dengan: a) Meningkatnya heterogenitas nilai, b) Berkembangnya sikap-sikap pribadi yang berorientasi kepada masa depan, c) Menurunnya sikap fatalistik, d) Meningkatnya gaya hidup yang materialistik, e) Meningkatnya individualisme dalam kehidupan.

Dari kelima kecenderungan diatas, merupakan tantangan dan sekaligus dapat dijadikan sebagai peluang bagi pelaksanaan dakwah. Pada era globalisasi, terjadinya kontak antarbudaya bangsa-bangsa di dunia dalam skala yang luar biasa. Di satu sisi terjadi kontak budaya antarsesama bangsa yang menganut agama Islam, dan di sisi lain akan terjadi kontak budaya Islam dengan budaya bangsa-bangsa lain non Muslim. Hal ini akan mempengaruhi nilai-nilai budaya, baik yang menyangkut nilai agama, solidaritas, ekonomi, ilmu, politik dan seni.

Globalisasi adalah masalah masa depan. Lima belas abad yang lalu Nabi Muhammad telah memprediksi tentang keadaan umat Islam. Nabi menggambarkan umat Islam seperti makanan di atas meja makan dan menjadi santapan dari pihak lain. Ketika itu sahabat bertanya, apakah umat Islam mayoritas? Nabi menjawab, umat Islam mayoritas, tapi tidak berdaya, keberadaannya seperti buih di lautan.

Agar tidak menjadi makanan empuk, umat Islam harus mempersiapkan diri di era globalisasi. Mempersiapkan diri dengan cara meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Secara jujur harus kita akui bahwa umat Islam saat ini dalam kondisi yang lemah, SDM masih rendah dan kurang siap menghadapi era global. Demikian juga dalam konteks Asia Tenggara

dalam menghadapi ASEAN *Community*. Untuk mengatasi hal itu, perlu pemberdayaan, peningkatan taraf hidup dan pengembangan masyarakat Islam dalam bidang ekonomi dan peningkatan sumber daya manusia.

Selain itu, perkembangan global ditandai dengan mengemukanya lima internasional values, yaitu keterbukaan atau transparansi, hak-hak asasi manusia, demokratisasi dan tuntutan terhadap the role of law. Dampak perkembangan global ini dirasakan hampir di semua sektor kehidupan umat manusia. Mencermati perkembangan global tersebut, diperlukan upaya dakwah untuk meningkatkan pemahaman dan pengamalan nilai-nilai Islam di tengah masyarakat. Tentunya kebijakan dakwah yang benar-benar dapat berperan untuk menjawab tuntutan yang berkembang.

Era globalisasi terjadi perubahan-perubahan yang menyangkut struktur maupun budaya masyarakat. Dalam hal ini, pelaksanaan dakwah menjadi lebih berat. Karena diperlukan upaya pengembangan program yang totalitas dapat menyentuh realitas kehidupan masyarakat, baik yang menyangkut pembinaan sumber daya manusia maupun yang berkaitan dengan pembinaan sumber daya alam. Dakwah harus dikelola secara profesional. Upaya kearah ini menuntut adanya gerakan keilmuan, strategi yang tepat, pelatihan dan dukungan dana yang cukup besar.

Selain itu harus pula mempersiapkan berbagai perangkat atau elemen dakwah. Da'i harus memiliki tiga kompetensi, yaitu: 1) kompetensi substantif adalah penguasaan ilmu pengetahuan, 2) Kompetensi metodologis merupakan kemampuan membuat peta dakwah, merencanakan dan operasionalnya dan penguasaan teknologi komunikasi modern dan 3) kompetensi dalam bidang penguasaan teknologi komunikasi modern, menyangkut kemampuan dalam penggunaan teknologi sebagai media dakwah.

Dalam kompetensi substantif tidak ada beda da'i tempo dulu dengan da'i di era globalisasi. Sedangkan menyangkut kompetensi metodologis dan penguasaan teknologi komunikasi modern, da'i saat ini dituntut untuk menguasai kecenderungan arah globalisasi, mengetahui dan menguasai budaya-budaya asing, namun tetap istiqomah dengan budaya Islam.

Dakwah secara perorangan, masih tetap diperlukan hingga akhir zaman. Namun kelemahan dakwah semacam ini, biasanya arah dakwah tidak satu. Hal ini sesuai dengan keragaman kemampuan, kompetensi dan keahlian da'i. Oleh sebab itu, di era globalisasi sangat diperlukan organisasi dakwah yang kuat, dalam upaya efektifitas dakwah yang kuat.

Peluang di era global dapat dimanfaatkan umat Islam. Peluang dalam bidang pendidikan, media, teknologi, semuanya diarahakan untuk kepentingan dakwah. Selain itu, menghadapi berbagai tantangan yang terjadi, diperlukan langkah-langkah preventif dan antisipatif guna terlaksananya dakwah secara lebih efektif dan efisien. Para da'i sebagai agen sosialisasi nilai-nilai Islam perlu memiliki kesadaran informasi keakraban dengan teknologi serta memiliki kemampuan menerima, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi secara benar dan tepat. Mampu mengemas materi dakwah dengan bahasa lisan maupun tulisan sesuai *tatanan teori, supply, dan demand*. Karenanya, perencanaan dakwah lebih diletakkan agar berorientasi *sentripental* jangan hanya bersifat *sentrifugal*.

Kemudian strategi dakwah harus disusun atas dasar hasil-hasil penelitian, serta dapat menyahuti kebutuhan yang diperlukan masyarakat. Dakwah harus diarahkan pada perluasan

wawasan ke-Islaman, sehingga perlu dikembangkan kegiatan interpretasi secara kreatif, aktual dan proposional

Dakwah sebagai tugas mulia dalam pelaksanaannya belum dikelola dengan profesional dan terukur. Pada sisi lain da'i belum mampu menjadi agen perubahan sebagaimana cita-cita Islam yaitu *rahmatan lil'alamin*. Akibatnya posisi dakwah kurang diminati karena belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan bagi kemajuan umat. Oleh sebab itu, diperlukan pengkajian dan pemetaan secara komprehensif tentang SWOT singkatan dari *strengths* (Kekuatan adalah sumber daya, kapasitas, keunggulan dan potensi yang dapat digunakan secara efektif untuk mencapai tujuan), *weaknesses* (Kelemahan dipahami sebagai keterbatasan, kekurangan dan ketidakberdayaan yang dapat menghambat pencapaian tujuan), *opportunities* (Peluang merupakan situasi yang mendukung untuk pengembangan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai) dan *threats* (Tantangan atau ancaman adalah situasi yang tidak mendukung, berupa hambatan dan kendala atau sebagai unsur eksternal yang potensial yang mengganggu sehingga menimbulkan masalah, kerusakan atau kekeliruan).

Analisis terhadap keempat hal tersebut, berarti mencoba melihat secara mendasar dan mendalam tentang kondisi objektif untuk kepentingan dan kemajuan dakwah, baik melihat kedalam diri (intern) maupun kondisi diluar diri (ekstern). Dua hal yang disebutkan pertama, yaitu kekuatan dan kelemahan merupakan upaya analisis kedalam, sedangkan peluang dan tantangan merupakan analisis keluar. Untuk mencapai kemajuan dakwah, maka perlu menyelaraskan antara aktifitas dan kondisi internal dengan realitas eksternal agar dapat mencapai tujuan yang ditetapkan. Peluang-peluang pengembangan dakwah tidak akan berarti jika tidak mampu memanfaatkan potensi, kekuatan dan sumber daya yang dimiliki pada tatanan internal. Keempat analisis tersebut adalah:

Analisis kekuatan dakwah, letak kekuatan dakwah Islam secara umum dapat dilihat dari tiga sudut pandang yaitu: a) Dilihat dari segi konsep, dakwah merupakan watak yang *inherent* dari ajaran Islam, yaitu antara Islam dengan dakwah tidak dapat dipisahkan. b) Kekuatan dakwah dilihat dari kuantitas dan kualitas serta potensi umat Islam di Indonesia. Mayoritas penduduk Indonesia adalah beragama Islam, bahkan bangsa Indonesia pemeluk agama Islam terbesar dimuka bumi. Kondisi ini pada suatu sisi merupakan kekuatan bagi dakwah Islam, apabila potensi, kualitas, dan partisipasi, yang mayoritas ini dapat digerakkan dan dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah Islam. Potensi elit politik, elit ekonomi dan elit pendidikan pada setiap level masyarakat perlu pemberdayaan. Sebaliknya jumlah yang mayoritas ini dapat juga menjadi bumerang, bila tidak dibarengi dengan kualitas yang memadai. c) Kekuatan dakwah dilihat dari segi keberadaan organisasi keagamaan di Indonesia yang bergerak dalam bidang dakwah. Kekuatan dakwah terletak pada peran aktif organisasi keagamaan atau organisasi Islam di Indonesia, yang ikut mengemban dakwah.

Analisis kelemahan dakwah, letak kelemahan dakwah Islam menurut beberapa pemikir Islam di Indonesia antara lain: 1) Ahmad Syafi'i Ma'arif ada tiga yaitu: a) kemiskinan, b) kebodohan dan c) keterbelakangan. 2) Menurut Hamka kelemahan dakwah Islam memiliki empat penyakit (kelemahan), yaitu : a) keimanan yang lemah untuk berkorban demi kepentingan

agama, b) mementingkan diri sendiri (egois) dan tidak peduli terhadap hak-hak orang lain, seperti hak sahabat dan tetangga. c) mabuk kekuasaan dan d) nafsu yang tidak terkendali. 3) Menurut M. Natsir juga melihat beberapa kelemahan umat Islam, yaitu : a) umat Islam merupakan penduduk mayoritas di Indonesia, namun potensi atau sumber daya manusia yang dimiliki masih rendah. Begitu juga dengan pemahaman tentang Islam. b) masalah kemunduran umat Islam dalam pendidikan, ekonomi maupun kesehatan. c) kelemahan dalam pengelolaan umat Islam. d) kelemahan dalam bidang memajukan generasi Islam untuk ekstrapeta kepemimpinan.

Analisis peluang dakwah, secara umum ada dua hal yang menjadi peluang bagi pelaksanaan dakwah Islam di Indonesia yaitu: 1) Keberadaan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, yang memberikan peluang bagi pemeluk agama, termasuk Islam untuk meyakini, beribadah dan mengembangkan agamanya masing-masing. 2) Peluang akibat dari kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, terutama dalam bidang teknologi komunikasi dan media massa, baik media cetak maupun media elektronik.

Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi pada satu sisi dapat menjadi peluang dakwah. Namun pada sisi lain, kemajuan IPTEK dapat memberikan dampak negatif atau menjadi tantangan dakwah. Disinilah fungsi dakwah dan tugas da'i untuk menggiring umat agar dapat mengoptimalkan nilai "rahmat" dari kemajuan IPTEK dan menekan atau menghindari nilai "laknat" dan dampak negatif. Secara lebih khusus, kehadiran media massa baik media cetak maupun media elektronik adalah konsekuensi logis dari kemajuan IPTEK. Menurut Ibnu Hammad kemajuan teknologi komunikasi dan informasi (*Information and Communication Technology – ICT*), khususnya telepon, komputer dan satelit yang membentuk jaringan komunikasi di alam maya (*cyber*), kini informasi sudah mengejawantah dalam segala bentuk (*omniform*) berada dimana-mana (*omniplace*) dan untuk berbagai keperluan (*omnipurpose*). Keberadaannya menawarkan peluang bagi kegiatan dakwah atau setidaknya melalui media massa pesan-pesan dakwah (*message*) dapat menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas, misalnya melalui koran, radio, televisi dan internet.

Dalam merespons hal tersebut umat Islam secara umum dan khususnya pengelola lembaga dakwah dan da'i harus terampil memanfaatkan media-media tersebut. Usaha kedepan, apakah bersifat akademik, kultural atau politis, harus memperhitungkan perkembangan audio visual dan teknologi komunikasi mutakhir.

Analisis tantangan dakwah, tantangan dakwah tampaknya semakin berat, terutama tantangan akibat dari kemajuan IPTEK serta dampak dari arus modernisasi dan globalisasi. Walaupun dibalik tantangan tersebut sesungguhnya juga menawarkan peluang-peluang yang harus dimanfaatkan. Tantangan dakwah dapat dibedakan menjadi tiga hal, yaitu: 1) Tantangan yang merupakan eksese atau dampak dari kemajuan IPTEK dan sisi buruk dari globalisasi. 2) Tantangan yang berasal dari pihak non-Muslim, baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri, berbagai program dan strategi yang mereka lakukan. 3) Tantangan dakwah akibat dari berbagai persoalan kebangsaan yang memberikan efek negatif kepada kegiatan dakwah.

Sementara pada sisi lain, dakwah juga dihadapkan dengan persoalan kemiskinan, terutama dampak dari krisis ekonomi yang telah mengakibatkan penduduk Indonesia berada dibawah garis kemiskinan.

Tantangan berikutnya, yang semakin terasa saat ini adalah akibat dari munculnya era globalisasi pada era ini, dunia terasa tidak luas lagi dan kehidupan manusia antar negara menjadi transparan. Akibatnya adalah muncul nilai-nilai baru yang dapat mempengaruhi perilaku dan sikap seseorang. Tarik-menarik antara nilai-nilai lama yang bersumber dari agama dengan nilai-nilai baru yang belum tentu sesuai budaya nasional dan ajaran Islam, menuntut kegiatan dakwah yang lebih intens.

Media massa saat ini yaitu radio, televisi, pers dan teknologi mutakhir, dikuasai oleh pihak Barat. Dalam konteks keberadaannya harus selalu diperhitungkan, sebab secara teori media massa mempunyai fungsi memberikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*) dan menghibur (*to intertainment*). Media massa juga bersifat ambivalen, pada satu sisi menawarkan “rahmat” yaitu kebaikan, kemudahan dan pencerahan kepada umat manusia. Namun pada sisi lain juga menawarkan “laknat” yaitu mempunyai kekuatan yang menghancurkan dan merusak. Menurut Akbar S. Ahmed, media Barat sekarang telah mendominasi dan hadir dimana-mana dengan peranannya yang ikut menstimulasi, merongrong, mempengaruhi, membentuk opini dan menantang umat Islam. dampak kehadiran media massa yang ambivalen menuntut kegiatan dakwah yang mampu mengantisipasi hal itu, sehingga umat memiliki kemampuan untuk mewaspadainya.

Simpulan

Dakwah sebagai tugas mulia tidak memiliki proses akhir (Rosidi & Amin, 2019) dalam pelaksanaannya belum dikelola dengan profesional dan terukur. Pada sisi lain da'i belum mampu menjadi agen perubahan sebagaimana cita-cita Islam yaitu *rahmatan lil'alamin* (rahmat bagi seluruh alam). Akibatnya posisi dakwah kurang diminati karena belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan bagi kemajuan umat. Oleh sebab itu, diperlukan pengkajian dan pemetaan secara komprehensif tentang SWOT singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (tantangan).

Analisis terhadap keempat hal tersebut, berarti mencoba melihat secara mendasar dan mendalam tentang kondisi objektif untuk kepentingan dan kemajuan dakwah, baik melihat kedalam diri (*intern*) maupun kondisi diluar diri (*ekstern*). Dua hal yang disebutkan pertama, yaitu kekuatan dan kelemahan merupakan upaya analisis kedalam, sedangkan peluang dan tantangan merupakan analisis keluar. Untuk mencapai kemajuan dakwah, maka perlu menyelaraskan antara aktifitas dan kondisi internal dengan realitas eksternal agar dapat mencapai tujuan yang ditetapkan. Peluang-peluang pengembangan dakwah tidak akan berarti jika tidak mampu memanfaatkan potensi, kekuatan dan sumber daya yang dimiliki pada tatanan internal.

Manajemen dakwah di era globalisasi berperan sangat penting, mengingat kondisi masyarakat saat ini yang semakin kompleks dalam menjalani kehidupannya. Perkembangan dan perubahan zaman yang semakin pesat dengan adanya teknologi yang semakin canggih ini

menjadikan sebuah peluang bagi para pendakwah (da'i) untuk lebih kreatif, inovatif dalam berdakwah sehingga masyarakat tetap responsif terhadap eksistensi da'i dan dakwah tersebut. Hal tersebut tentu sangat fleksibel yakni, sejalan dengan ajaran Islam yang mampu menembus batas ruang dan waktu hingga akhir zaman.

Referensi

- Abdullah, H. (2018). *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*, Depok : Rajawali Pers.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Gulen, Fethullah. (2011). *Dakwah Jalan Terbaik dalam Berfikir dan Menyikapi Hidup*, Jakarta : PT. Gramedia.
- Ilaihi, Wahyu. (2010). *Komunikasi Dakwah*, Bandung : PT. Remaja RosdaKarya.
- Mudasir. (2011). *Manajemen Kelas*, Pekanbaru : Zanafa Publishing.
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2006). *Manajemen Dakwah*, Jakarta : Kencana.
- Rosidi, I., & Amin, M. (2019). Dakwah Zakat : Menyebarkan Kewajiban Berzakat di Kalangan Masyarakat Petani di Kepulauan Meranti, *Jurnal Dakwah Risalah*, 30 (1), 74-90.
- Rubani, Mardhiah. (2010). *Psikologi Komunikasi*, Pekanbaru : UR Press.
- Saripudin, A., & Sambas, S. (2007). *Dakwah Damai (Pengantar Dakwah Antarbudaya)*, Bandung : PT. Remaja RosdaKarya.
- Sukayat, Tata. (2009). *Quantum Dakwah*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Usman, Husaini. (2009). *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Zuhdi, Ahmad. (2016). *Dakwah sebagai Ilmu dan Perspektif Masa Depan*, Alfabeta : Bandung.