

PERAN DAKWAH DALAM MASYARAKAT TERGLOBALISASI

Muhammad Najmunnuha, Diva Fatkhur Rohman, Suprihatiningsih
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

23010360026@student.walisongo.ac.id, 23010360025@student.walisongo.ac.id,
suprihatiningsih@walisongo.ac.id

Abstract: Globalisation has changed the social landscape of contemporary society through the integration of communication technology and information mobility that transcends geographical boundaries. This research aims to examine the role of da'wah in a globalised society, relevant media and methods, as well as analyse the strengths, weaknesses, opportunities, and challenges of da'wah in the global era. The research uses the literature study method with the technique of studying literature from various scientific sources that are analysed descriptively-analytically through data triangulation. The research results show that da'wah in a globalised society has undergone a significant transformation from a hierarchical model to a horizontal-participatory through the democratisation of access to religious knowledge via digital media. The power of da'wah lies in theological legitimacy, a large base of people, and a strong network of Islamic organisations. Weaknesses include low quality of human resources, lack of management professionalism, and weak digital literacy. Opportunities arise from the guarantee of religious freedom and the advancement of communication technology, while challenges in the form of global discourse competition, fragmentation of religious authority, and infiltration of values that are contrary to Islamic teachings. This research concludes that da'wah requires strategic reorientation through technological mastery, improvement of da'i (substantive, methodological, and technological) competence, as well as the management of professional and research-based da'wah organisations to remain relevant and effective in responding to the dynamics of a globalised society.

Keyword: Da'wah, Globalised Society, Da'wah Media, Da'wah Method.

Abstrak: Globalisasi telah mengubah lanskap sosial masyarakat kontemporer melalui integrasi teknologi komunikasi dan mobilitas informasi yang melampaui batas geografis. Penelitian ini bertujuan mengkaji peran dakwah dalam masyarakat terglobalisasi, media dan metode yang relevan, serta menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dakwah di era global. Penelitian menggunakan metode studi kepustakaan dengan teknik telaah literatur dari berbagai sumber ilmiah yang dianalisis secara deskriptif-analitis melalui triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah dalam masyarakat terglobalisasi mengalami transformasi signifikan dari model hierarkis menjadi horizontal-partisipatif melalui

Article History

Received: November 2025
Reviewed: November 2025
Published: November 2025

Plagiarism Checker No 580
Prefix DOI :
10.8734/Tashdiq.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Tasdiq



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](#)

demokratisasi akses pengetahuan keagamaan via media digital. Kekuatan dakwah terletak pada legitimasi teologis, basis umat yang besar, dan jaringan organisasi Islam yang kuat. Kelemahan meliputi rendahnya kualitas SDM, minimnya profesionalisme pengelolaan, dan lemahnya literasi digital. Peluang muncul dari jaminan kebebasan beragama dan kemajuan teknologi komunikasi, sementara tantangan berupa kompetisi wacana global, fragmentasi otoritas keagamaan, dan infiltrasi nilai-nilai yang bertentangan dengan ajaran Islam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dakwah memerlukan reorientasi strategi melalui penguasaan teknologi, peningkatan kompetensi da'i (substansif, metodologis, dan teknologis), serta pengelolaan organisasi dakwah yang profesional dan berbasis riset agar tetap relevan dan efektif dalam merespons dinamika masyarakat terglobalisasi.

Kata kunci: Dakwah, Masyarakat Terglobalisasi, Media Dakwah, Metode Dakwah.

PENDAHULUAN

Pada kehidupan sekarang, Melihat masyarakat saling terhubung lewat teknologi. Komputer, telepon pintar, satelit, hingga jaringan komunikasi global membuat interaksi berlangsung cepat dan luas. Perkembangan ini memberi ruang baru untuk belajar, bekerja, dan berkomunikasi. Namun, perkembangan ini juga menghadirkan risiko. Teknologi membawa manfaat, tetapi juga dapat menimbulkan masalah dalam penggunaan sehari-hari. Kondisi ini sesuai dengan pandangan yang menjelaskan bahwa inovasi teknologi selalu memiliki dua sisi dalam praktiknya (Saripudin & Sambas, 2007). Perubahan teknologi yang terus berkembang juga memengaruhi dunia dakwah. Aktivitas dakwah tidak bisa berjalan dengan pola lama. Strategi dakwah perlu menyesuaikan pola komunikasi masyarakat modern.

Arus global membuka akses informasi, pengetahuan, dan peluang ekonomi yang semakin luas (Held & McGrew, 2007). Di saat yang sama, arus ini mengubah nilai, budaya, dan perilaku masyarakat. Melihat berkurangnya penghargaan terhadap nilai lokal, gaya hidup konsumtif, serta masuknya ide dan pola hidup yang melemahkan komitmen keagamaan (Ritzer, 2011). Perubahan ini menuntut dakwah untuk berperan lebih aktif. Dakwah menjaga nilai agama sekaligus membantu masyarakat memahami perubahan global dengan benar (Azra, 2002). Dakwah juga perlu memanfaatkan media digital, platform daring, dan metode yang sesuai dengan pola komunikasi masyarakat saat ini (Qardhawi, 1994). Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya, "Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung." (QS. Ali 'Imran 3:104)

Ayat tersebut menegaskan pentingnya dakwah sebagai kewajiban kolektif umat Islam. Dalam konteks globalisasi, dakwah harus menyesuaikan metode dan media agar pesan Islam

tetap sampai dan relevan. Dari Abdullah bin Amr radhiyallahu ta'ala 'anhu, Nabi shallallaahu 'alaihi wa sallam bersabda:

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Artinya, “Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” (HR. Bukhari)

Hadis ini menekankan bahwa dakwah dapat dilakukan dengan cara yang sederhana, tetapi konsisten, termasuk melalui media modern. Oleh karena itu, memahami konsep dan ciri globalisasi, mengkaji dampaknya terhadap masyarakat, serta merumuskan strategi dakwah dalam menghadapi tantangan global menjadi hal yang penting. Kajian ini diharapkan dapat memperkuat eksistensi dakwah Islam di tengah derasnya arus globalisasi.

Pemahaman tentang konsep globalisasi, pengaruhnya terhadap kehidupan sosial, serta kebutuhan dakwah dalam menghadapi perubahan ini menjadi dasar kajian. Tulisan ini mengkaji peran dakwah dalam masyarakat terglobalisasi, strategi yang tepat digunakan, dan media yang relevan untuk menyampaikan pesan Islam. Rumusan masalahnya mencakup peran dakwah pada era global, media dan metode yang dapat digunakan, serta kekuatan dan kelemahan dakwah diterapkan dalam konteks globalisasi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menjelaskan cara peneliti mengumpulkan dan menganalisis data dalam sebuah kajian (Arikunto, 2010). Artikel ini memakai pendekatan studi kepustakaan. Pendekatan ini menggunakan analisis terhadap buku dan sumber ilmiah tentang ilmu dakwah yang sesuai dengan kondisi masyarakat saat ini.

Teknik penggalan data dilakukan melalui telaah literatur. Peneliti mencari dan mengumpulkan informasi dari buku, artikel jurnal, dan publikasi online yang relevan. Sumber yang ditemukan dicatat, lalu dikelompokkan berdasarkan tema dan kesesuaiannya dengan tujuan penelitian. Data yang sudah terkumpul direduksi agar hanya informasi yang penting yang dipakai. Langkah ini membuat data lebih mudah disusun dan dianalisis. Data yang sudah dipilih kemudian disajikan dalam bentuk naratif yang runtut agar memudahkan pemahaman.

Analisis data dilakukan dengan menafsirkan informasi yang sudah tersaji dan menarik kesimpulan sesuai tujuan penelitian. Validitas data diperiksa dengan triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai sumber untuk mendapatkan gambaran yang lebih utuh dan mengurangi bias, sehingga hasil penelitian lebih kuat dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dakwah

Dakwah secara etimologis berasal dari kata da'a, yad'u, da'wan, dan di'a. Maknanya mengajak, menyeru, memanggil, permohonan, dan permintaan. Istilah ini sering dipakai dalam makna yang dekat dengan tabligh, amr ma'ruf nahi munkar, mau'idzhoh hasanah, tabsyir, indzhar, washiyah, tarbiyah, ta'lim, dan khotbah. Abdul Aziz menjelaskan bahwa dakwah dapat dipahami sebagai memanggil, menyeru, menegaskan atau membela sesuatu, tindakan atau ucapan untuk menarik manusia pada suatu tujuan, serta memohon atau meminta (Sukayat, 2005).

Menurut Ilaihi (2010), dakwah mencakup ajakan menuju jalan Allah, dilakukan secara terorganisasi, diarahkan untuk memengaruhi manusia agar mengikuti ajaran Allah, serta memiliki sasaran individu maupun kelompok. Dalam Al-Qur'an, kata dakwah muncul lebih dari seratus kali dalam bentuk fi'il dan mashdar. Penggunaan istilah ini menggambarkan ajakan kepada kebaikan beserta konsekuensi dari pilihan manusia.

Secara terminologis, dakwah dipahami sebagai ajakan menuju kebaikan dan keselamatan dunia akhirat. Para ulama memberikan penjelasan yang beragam. Ali Makhfudh menyatakan bahwa dakwah adalah dorongan kepada kebaikan, mengikuti petunjuk agama, serta mencegah kemungkaran demi kebahagiaan hidup. Muhammad Khidr Husain mendefinisikannya sebagai upaya memotivasi manusia agar berbuat baik dan mengikuti jalan petunjuk demi keberhasilan hidup. Dakwah juga mencakup ucapan dan tulisan yang mengajak manusia beriman dan menaati Allah sesuai akidah, syariat, dan akhlak Islam. Toha Yahya Oemar menekankan ajakan secara bijaksana menuju jalan yang benar untuk kemaslahatan hidup. Masdar Helmy menegaskan bahwa dakwah adalah ajakan agar manusia menaati ajaran Allah melalui amr ma'ruf nahi munkar. Quraish Shihab menyatakan bahwa dakwah adalah seruan untuk menyadarkan dan mengubah keadaan buruk menjadi lebih baik pada tingkat pribadi maupun masyarakat.

Dari berbagai pandangan tersebut, dakwah dapat dipahami sebagai aktivitas untuk mengubah kondisi manusia agar bergerak dari keadaan yang tidak baik menuju keadaan yang lebih baik. Dakwah mencakup aktivitas mengajak orang lain mengamalkan ajaran Islam, proses penyampaian ajaran yang dilakukan secara sadar, pelaksanaan yang dapat memakai beragam metode, perencanaan untuk mencapai kebahagiaan hidup dengan keridhaan Allah, serta usaha meningkatkan pemahaman keagamaan agar sikap dan perilaku umat selaras dengan tuntunan syariat.

Tujuan dakwah berkaitan dengan perubahan pandangan hidup. Dakwah bertujuan menyadarkan manusia akan makna hidup. Hidup bukan hanya urusan kebutuhan jasmani. Dakwah membantu manusia memahami tujuan hidup dan mengajak manusia keluar dari kegelapan menuju cahaya petunjuk Allah.

Media Dakwah

Media dakwah merupakan instrumen atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada mad'u (objek dakwah) dalam rangka mencapai tujuan dakwah Islamiyah (Aziz, 2017: 120). Dalam perkembangannya, media dakwah mengalami transformasi signifikan dari media konvensional seperti majelis taklim, khutbah, dan ceramah tatap muka, menuju pemanfaatan media modern berbasis teknologi informasi seperti televisi, radio, media sosial, website, dan aplikasi digital yang memungkinkan jangkauan dakwah lebih luas dan interaktif. Pemilihan dan penggunaan media dakwah yang tepat menjadi faktor krusial dalam efektivitas penyampaian pesan, karena setiap media memiliki karakteristik, kelebihan, dan keterbatasan yang berbeda dalam menjangkau segmen masyarakat tertentu serta menyesuaikan dengan konteks sosial-budaya audiens (Aziz, 2017: 125).

Hamzah Ya'cub menyatakan bahwa media dakwah adalah saluran objektif yang menghubungkan ide dengan umat. Media dipandang sebagai unsur penting dalam aktivitas dakwah. Wardi Bachtiar dalam Samsul Munir Amin menjelaskan bahwa media dakwah adalah perantara untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerimanya. Media ini dapat berupa televisi, video, kaset rekaman, majalah, maupun surat kabar.

Aqib Suminto dalam Ahmad Zuhdi menekankan pentingnya penggunaan media dalam dakwah. Ia menyebut media komunikasi massa sebagai alat untuk menyebarkan informasi,

penerangan, atau pesan kepada masyarakat luas. Media dakwah merupakan instrumen yang menghubungkan da'i dan mad'u. Secara prinsip, proses dakwah mengikuti pola komunikasi sehingga penggunaan medianya pun serupa. Berdasarkan bentuknya, media dakwah dapat berupa media tradisional seperti gendang, rebana, bedug, suling, dan wayang. Media modern meliputi telepon, radio, surat kabar, buku, majalah, brosur, poster, dan pamflet. Ada juga media perpaduan berupa pementasan seni bernuansa Islam yang ditampilkan melalui televisi.

Aqib Suminto mengelompokkan media dakwah menjadi tiga jenis. Pertama, media tercetak seperti koran, majalah, buku, dan selebaran yang dapat dibaca berulang kali. Kedua, radio yang memiliki daya jangkauan luas dan mampu menembus wilayah terpencil. Ketiga, film dan televisi yang bersifat audio visual dan efektif untuk menyampaikan pesan melalui gambar dan suara, terutama sejak adanya teknologi satelit.

Hamzah Ya'cub membagi media dakwah menjadi beberapa bentuk. Media lisan meliputi khutbah, ceramah, pidato, diskusi, seminar, dan musyawarah. Media tulisan mencakup buku, majalah, surat kabar, buletin, pamflet, dan pengumuman. Media lukisan berupa gambar atau karikatur yang digunakan sebagai daya tarik dakwah. Media audio visual seperti televisi, film, dan internet menggabungkan suara dan gambar. Akhlak juga dipandang sebagai media dakwah melalui tindakan nyata yang mencerminkan ajaran Islam. Budaya menjadi sarana dakwah melalui nilai dan seni lokal, seperti tari saman di Aceh yang pernah digunakan untuk menyampaikan ajaran Islam. Koentjaraningrat menjelaskan bahwa kebudayaan memiliki unsur religi, organisasi masyarakat, pengetahuan, bahasa, seni, mata pencaharian, serta teknologi dan peralatan.

Pada era globalisasi, internet menjadi media yang dapat dimanfaatkan oleh da'i. Masyarakat sudah akrab dengan internet, terutama melalui handphone yang memudahkan akses informasi. Aktivitas dakwah tidak hanya berlangsung di ruang nyata tetapi juga di ruang digital. Blog, e-mail, Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, dan platform lain dapat menjadi sarana dakwah. Setiap media memiliki kelebihan dan kekurangan, sehingga penggunaannya memerlukan kebijaksanaan. Optimalisasi media digital menjadi penting untuk memperluas jangkauan dakwah dan mendukung upaya pembinaan umat di tengah derasnya arus globalisasi.

Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara yang dipakai da'i untuk menyampaikan ajaran Islam. Cara yang tepat membantu audiens memahami pesan. Cara yang kurang tepat membuat dakwah terasa kaku. Pemilihan metode dipengaruhi oleh tiga faktor. Pertama, siapa yang Kamu ajak. Cara menyampaikan pesan kepada anak muda tidak sama dengan orang tua. Cara untuk laki-laki berbeda dengan perempuan. Cara kepada Muslim berbeda dengan non-Muslim. Kedua, tempat. Lingkungan menentukan pendekatan. Lingkungan Islam berbeda dengan lingkungan non-Islam. Masyarakat demokratis berbeda dengan masyarakat otoriter. Tempat dengan akses ilmu luas berbeda dengan tempat yang masih minim pengetahuan. Ketiga, materi. Akidah membutuhkan cara penyampaian yang berbeda dengan muamalah dan tema lain.

Ketika membahas tentang metode dakwah, maka merujuk pada surat An-Nahl ayat 125.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (QS. An-Nahl 16: Ayat 125)*

Metode dakwah dalam ayat tersebut mencakup tiga cara utama. Pertama, bil hikmah. Anda menyampaikan ajaran dengan menyesuaikan kondisi dan kemampuan mad'u. Tujuannya agar mereka bisa menjalankan tuntunan Islam tanpa merasa terbebani. Kedua, mauizatul hasanah. Anda memberi nasihat dengan pendekatan yang lembut dan penuh kepedulian. Cara ini membantu pesan dakwah lebih mudah diterima dan menyentuh hati. Ketiga, mujadalah billati hiya ahsan. Anda berdiskusi atau berargumentasi dengan cara yang baik. Tidak ada tekanan. Fokus pada pertukaran pandangan yang menghargai lawan bicara.

Para ulama mengembangkan beberapa bentuk metode. Dakwah fardiah adalah komunikasi personal satu lawan satu seperti menasihati teman kerja atau mengajak salat. Dakwah ammah adalah dakwah umum oleh ustadz atau masyarakat awam melalui kegiatan terbuka. Dakwah bil lisan adalah dakwah lewat ucapan seperti ceramah atau khutbah. Dakwah bil hal adalah dakwah melalui tindakan nyata seperti menolong fakir miskin atau memberi teladan ibadah. Dakwah bil hikmah adalah pendekatan yang menyesuaikan kebutuhan zaman dan kondisi audiens. Dakwah yang lembut menekankan sikap santun. Rasulullah SAW menjadi contoh cara menyampaikan ajaran dengan kelembutan.

Era Globalisasi

Globalisasi merupakan proses integrasi internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek-aspek kebudayaan lainnya yang menciptakan saling ketergantungan antarnegara dan masyarakat (Steger, 2017: 15). Proses ini ditandai dengan meningkatnya mobilitas manusia, barang, jasa, dan informasi yang melampaui batas-batas geografis tradisional.

Transformasi teknologi komunikasi dan informasi menjadi kekuatan pendorong utama globalisasi, mengubah cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun relasi sosial (Castells, 2010: 77). Internet dan media digital telah menciptakan ruang publik baru yang memungkinkan pertukaran ide dan nilai-nilai melintasi batas-batas budaya dan teritorial secara instan.

Dalam konteks sosial-budaya, globalisasi membawa paradoks antara homogenisasi dan heterogenisasi budaya. Di satu sisi, terjadi penyebaran nilai-nilai universal dan gaya hidup global, namun di sisi lain muncul resistensi lokal dan upaya mempertahankan identitas kultural (Steger, 2017: 82). Fenomena ini menciptakan dinamika kompleks dalam masyarakat terglobalisasi yang memerlukan negosiasi terus-menerus antara nilai-nilai global dan lokal.

Dimensi ekonomi globalisasi ditandai dengan liberalisasi perdagangan, integrasi pasar keuangan, dan ekspansi perusahaan multinasional yang membentuk struktur ekonomi baru dengan jaringan produksi dan konsumsi yang saling terhubung secara global (Castells, 2010: 101). Perubahan ini tidak hanya memengaruhi sistem ekonomi tetapi juga membawa implikasi luas terhadap struktur sosial dan sistem nilai masyarakat.

Masyarakat Terglobalisasi

Globalisasi telah mengubah struktur masyarakat kontemporer menjadi satu kesatuan yang saling terhubung melampaui batas-batas geografis tradisional. Giddens mendefinisikan globalisasi sebagai intensifikasi hubungan sosial di seluruh dunia yang menghubungkan lokalitas yang berjauhan sedemikian rupa sehingga peristiwa lokal dibentuk oleh kejadian yang terjadi bermil-mil jauhnya dan sebaliknya (Giddens, 1990: 64). Dalam konteks ini, masyarakat

terglobalisasi mengalami transformasi di mana ruang dan waktu mengalami kompresi, memungkinkan interaksi dan pertukaran berlangsung secara instan tanpa hambatan geografis.

Masyarakat terglobalisasi ditandai oleh beberapa karakteristik utama. Pertama, terjadinya deteritorialisasi budaya di mana nilai-nilai, praktik, dan identitas tidak lagi terikat pada lokasi geografis tertentu (Tomlinson, 1999: 106-107). Kedua, munculnya jaringan komunikasi global yang memfasilitasi pertukaran informasi secara masif dan cepat melalui teknologi digital. Ketiga, berkembangnya sistem ekonomi yang terintegrasi secara global dengan mobilitas kapital, tenaga kerja, dan komoditas yang melampaui batas negara.

Namun demikian, globalisasi juga menciptakan paradoks dalam masyarakat kontemporer. Di satu sisi membuka peluang konektivitas dan kemajuan, di sisi lain melahirkan fragmentasi identitas dan ketidakpastian nilai (Giddens, 1990: 102-108). Kondisi ini menciptakan tantangan bagi sistem nilai tradisional termasuk nilai-nilai keagamaan yang harus bernegosiasi dengan pluralitas nilai dan gaya hidup dalam ruang global.

Dakwah Dalam masyarakat Terglobalisasi

Dakwah dalam konteks masyarakat terglobalisasi mengalami transformasi signifikan baik dari segi metode, medium, maupun pendekatan substansialnya. Mandaville menjelaskan bahwa globalisasi telah menciptakan ruang publik transnasional baru di mana wacana keagamaan Islam tidak lagi terbatas pada otoritas tradisional, melainkan tersebar melalui jaringan digital dan media global yang memungkinkan siapa saja untuk berpartisipasi dalam diskursus keagamaan (Mandaville, 2001: 135-136). Kondisi ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi praktik dakwah kontemporer.

Dalam masyarakat terglobalisasi, dakwah tidak lagi dipahami sebatas penyampaian pesan keagamaan secara vertikal dari ulama kepada umat, tetapi telah berkembang menjadi proses dialogis yang melibatkan berbagai aktor dan platform. Eickelman dan Anderson mengidentifikasi fenomena “new media” dalam Islam yang memungkinkan demokratisasi akses terhadap pengetahuan keagamaan, di mana individu Muslim dapat mengakses interpretasi keagamaan dari berbagai sumber tanpa intermediasi otoritas tradisional (Eickelman & Anderson, 2003: 1-18). Transformasi ini mengubah lanskap dakwah dari yang bersifat hierarkis menjadi lebih horizontal dan partisipatif.

Namun demikian, globalisasi juga menghadirkan tantangan kompleks bagi dakwah. Pertama, kompetisi wacana dalam ruang publik global yang penuh dengan pluralitas nilai dan ideologi memerlukan pendekatan dakwah yang kontekstual dan inklusif. Kedua, fragmentasi otoritas keagamaan dapat menimbulkan kebingungan di kalangan umat dalam menentukan rujukan keagamaan yang otentik. Ketiga, dakwah harus mampu merespons isu-isu global seperti hak asasi manusia, keadilan sosial, dan keberlanjutan lingkungan yang menjadi perhatian masyarakat kontemporer (Mandaville, 2001: 178-182). Oleh karena itu, dakwah dalam era global menuntut kecerdasan kultural dan kemampuan beradaptasi dengan dinamika masyarakat yang terus berubah.

Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan Dakwah Dalam Masyarakat Terglobalisasi

Arus global membuat interaksi umat manusia semakin cepat. Globalisasi berkembang intens dan memunculkan dua pandangan. Sebagian ahli memandangnya sebagai masa kenyamanan karena berbagai aktivitas hidup menjadi lebih efektif. Sebagian lainnya menilai globalisasi dapat mengikis nilai kemanusiaan. Perubahan sosial terlihat pada meningkatnya keragaman nilai, orientasi masa depan, menurunnya sikap fatalistik, menguatnya materialisme,

serta meningkatnya individualisme. Pola ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang Dakwah. Arus global membuka akses informasi, pengetahuan dan peluang ekonomi yang semakin luas (Held & McGrew, 2007:17).

Perjumpaan budaya pada era global semakin masif. Umat Islam berhadapan dengan dua kondisi. Di satu sisi terjadi interaksi antarsesama komunitas Muslim dunia. Di sisi lain terdapat pertemuan intens dengan budaya non-Muslim yang mempengaruhi nilai sosial, ekonomi, politik dan seni. Hal ini menuntut dakwah yang mampu menguatkan nilai Islam sekaligus menempatkan ajaran Islam secara proporsional di tengah perubahan budaya.

Umat Islam perlu mempersiapkan diri menghadapi persaingan global. Peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi syarat penting. Minimnya ilmu dan keterampilan membuat umat kesulitan merespons perubahan. Globalisasi juga membawa nilai global seperti transparansi, hak asasi manusia, demokratisasi dan supremasi hukum (Albrow, 1996:42). Dampaknya terasa pada hampir seluruh aspek kehidupan sehingga dakwah perlu menguatkan pemahaman masyarakat tentang nilai Islam yang relevan dengan kondisi saat ini.

Perubahan struktur sosial menuntut dakwah berjalan lebih profesional. Program dakwah membutuhkan perencanaan, strategi, riset dan pendanaan. Da'i dituntut memiliki tiga kompetensi. Pertama, kompetensi substantif berupa penguasaan ilmu keislaman. Kedua, kompetensi metodologis yang mencakup kemampuan merancang peta dakwah serta membaca situasi sosial. Ketiga, penguasaan teknologi komunikasi yang menjadi kebutuhan utama dalam masyarakat digital (Hefner, 2003:55).

Dakwah perorangan masih diperlukan, tetapi memiliki batasan karena arah dan kualitasnya tidak selalu seragam. Era global menuntut organisasi dakwah yang kuat agar kegiatan dakwah lebih terarah dan terukur. Perkembangan pendidikan, teknologi dan media menjadi peluang besar bagi penyebaran dakwah melalui berbagai platform.

Untuk menghadapi perubahan, da'i perlu terampil dalam mengelola informasi. Kemampuan menerima, menyimpan, mengolah dan mengkomunikasikan informasi menjadi kunci. Penggunaan teknologi membantu dakwah menjangkau audiens lebih luas. Perencanaan dakwah perlu disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan dilakukan berdasarkan riset agar tepat sasaran.

Kegiatan dakwah sering belum dikelola secara profesional sehingga dampaknya kurang terasa. Karena itu diperlukan analisis SWOT. Kekuatan merupakan sumber daya dan potensi yang dapat mendukung dakwah. Kelemahan mencakup keterbatasan kualitas, pendidikan dan pengelolaan umat. Peluang muncul dari ruang kebebasan beragama dan perkembangan teknologi. Tantangan muncul dari arus informasi, budaya luar dan persoalan sosial.

Kekuatan dakwah dapat dilihat pada tiga aspek. Pertama, dakwah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari ajaran Islam. Kedua, umat Islam Indonesia memiliki jumlah besar yang dapat menjadi kekuatan jika dikelola dengan baik. Ketiga, organisasi Islam memiliki peran penting dalam mendukung gerakan dakwah.

Kelemahan dakwah muncul dari berbagai kondisi seperti kemiskinan, rendahnya kualitas pendidikan dan lemahnya manajemen umat (Syafi'i Ma'arif). Hamka menyoroti kelemahan lain berupa lemahnya semangat berkorban, sikap egois, penyalahgunaan kekuasaan dan kendali hawa nafsu. M. Natsir melihat kelemahan dalam rendahnya kualitas SDM, pendidikan, ekonomi, kesehatan serta pengelolaan umat.

Peluang dakwah muncul karena Pancasila dan UUD 1945 menjamin kebebasan beragama. Kemajuan teknologi komunikasi dan media massa juga membuka ruang penyebaran dakwah

secara luas. Teknologi digital mempermudah penyebaran pesan Islam ke berbagai lapisan masyarakat (Castells, 2010:88).

Namun kemajuan teknologi juga membawa tantangan. Informasi yang mengalir tanpa batas sering mengandung nilai baru yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Media global didominasi oleh Barat sehingga mempengaruhi cara pandang masyarakat Muslim. Media memiliki dua sisi. Pada satu sisi dapat menjadi sarana pendidikan. Pada sisi lain dapat menyebarkan nilai yang merusak. Menurut Akbar S. Ahmed, media Barat berpengaruh besar dalam membentuk opini publik dan menantang umat Islam. Karena itu dakwah perlu mampu merespons situasi ini secara bijak agar masyarakat lebih waspada terhadap dampak negatif globalisasi.

KESIMPULAN

Dakwah dalam masyarakat terglobalisasi menghadapi konteks yang kompleks dan dinamis yang menuntut transformasi fundamental dalam pendekatan, metode, dan media penyampaian. Globalisasi telah mengubah struktur komunikasi keagamaan dari model vertikal-hierarkis menjadi horizontal-partisipatif melalui demokratisasi akses informasi via platform digital. Transformasi ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi eksistensi dakwah Islam di tengah arus perubahan global.

Kekuatan dakwah terletak pada legitimasi teologis yang kuat sebagai kewajiban kolektif umat Islam, basis demografis Muslim Indonesia yang besar, serta jaringan organisasi Islam yang tersebar luas. Namun, kelemahan struktural berupa rendahnya kualitas sumber daya manusia, minimnya profesionalisme dalam pengelolaan dakwah, lemahnya literasi teknologi, dan keterbatasan ekonomi umat menjadi hambatan signifikan dalam mengoptimalkan potensi dakwah.

Peluang dakwah muncul dari jaminan konstitusional kebebasan beragama dalam Pancasila dan UUD 1945, kemajuan teknologi komunikasi yang membuka akses luas, serta perkembangan media digital yang memungkinkan penyebaran pesan Islam secara masif dan efisien. Di sisi lain, tantangan yang dihadapi meliputi kompetisi wacana dalam ruang publik global yang plural, fragmentasi otoritas keagamaan yang menimbulkan kebingungan umat, dominasi media Barat dalam membentuk opini publik, serta infiltrasi nilai-nilai konsumerisme dan materialisme yang bertentangan dengan ajaran Islam.

Menghadapi kondisi tersebut, dakwah memerlukan reorientasi strategi melalui beberapa langkah krusial. Pertama, peningkatan kompetensi da'i yang mencakup penguasaan substansi keislaman, kemampuan metodologis dalam merancang program dakwah berbasis riset, dan literasi teknologi komunikasi digital. Kedua, profesionalisasi pengelolaan dakwah melalui perencanaan strategis, manajemen organisasi yang terukur, dan pendanaan yang memadai. Ketiga, optimalisasi pemanfaatan media digital sebagai platform dakwah kontemporer yang dapat menjangkau audiens lebih luas dengan pendekatan yang kontekstual dan inklusif. Keempat, penguatan organisasi dakwah sebagai wadah koordinasi dan sinergi gerakan dakwah yang terarah dan berkelanjutan.

Dakwah di era global menuntut kecerdasan kultural dan kemampuan beradaptasi dengan dinamika masyarakat yang terus berubah. Pendekatan dakwah harus mampu merespons isu-isu global seperti hak asasi manusia, keadilan sosial, keberlanjutan lingkungan, dan pluralitas nilai tanpa kehilangan substansi ajaran Islam. Metode dakwah perlu disesuaikan dengan karakteristik audiens, konteks sosial, dan materi yang disampaikan melalui pendekatan bil hikmah, mauizatul hasanah, dan mujadalah billati hiya ahsan yang disesuaikan dengan perkembangan zaman.

Dengan demikian, dakwah dalam masyarakat terglobalisasi bukan sekadar upaya mempertahankan nilai-nilai Islam dari pengaruh negatif globalisasi, tetapi juga merupakan proses aktif untuk menghadirkan Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam yang relevan, solutif, dan transformatif dalam menjawab tantangan kemanusiaan kontemporer. Keberhasilan dakwah bergantung pada kemampuan umat Islam dalam mengelola kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan merespons tantangan secara bijaksana, profesional, dan berbasis pada nilai-nilai universal Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, H. (2018). *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*. Depok: Rajawali Pers.
- Albrow, M. (1996). *The Global Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, M. A. (2017). *Ilmu Dakwah* (Edisi Revisi). Jakarta: Kencana.
- Azra, A. (2002). *Historiografi Islam Kontemporer: Wacana, Aktualitas dan Aktor Sejarah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (2003). Redefining Muslim Publics. In D. F. Eickelman & J. W. Anderson (Eds.), *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere* (pp. 1-18). Bloomington: Indiana University Press.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Stanford: Stanford University Press.
- Hefner, R. (2003). *Civil Islam: Muslims and Democratization in Indonesia*. Princeton: Princeton University Press.
- Held, D., & McGrew, A. (2007). *Globalization/Anti-Globalization: Beyond the Great Divide* (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mandaville, P. (2001). *Transnational Muslim Politics: Reimagining the Umma*. London: Routledge.
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2006). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Qardhawi, Y. (1994). *Fiqh Peradaban: Sunnah sebagai Paradigma Ilmu Pengetahuan*. Surabaya: Dunia Ilmu.
- Ritzer, G. (2011). *Globalization: A Basic Text*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Saripudin, A., & Sambas, S. (2007). *Dakwah Damai (Pengantar Dakwah Antarbudaya)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Steger, M. B. (2017). *Globalization: A Very Short Introduction* (4th ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Sukayat, T. (2005). *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and Culture*. Chicago: University of Chicago Press.