

SOSIOLOGI DAN PSIKOLOGI DAKWAH

Abstrak:

Salah satu tanggungjawab ummat Islam adalah mensosialisasikan nilai-nilai ajaran Islam ditengah-tengah kehidupan ummat. Aktifitas proses Islamisasi tidak terlepas dari subjek dakwah (da'i) yang harus menguasai tentang berbagai disiplin ilmu dakwah. Lebih dari itu dengan pengalaman dan pengetahuan yang erat hubungannya dengan sesama atau objek dakwah yakni manusia baik sebagai individu maupun masyarakat. Dalam konteks ini, sosiologi dan psikologi sebagai perangkat atau alat bantu untuk terencananya suatu program dan lebih terarahnya aktifitas dakwah yang efektif dan tercapainya tujuan, dan dakwah tersebut menemukan urgensinya. Oleh karena itu pendekatan sosiologis dan pendekatan psikologis dalam dakwah memiliki peran penting bagi para da'i yang mengharapkan aktifitas dakwahnya meraih sukses dalam proses perubahan tingkah laku manusia dari gejala dan sikap yang cenderung menghancurkan moral ummat, menuju religiousitas kehidupan yang baik moralitas dan bertanggung jawab sehingga terwujud tatanan kehidupan yang damai sentosa dalam bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

Kata Kunci : Sosiologi, psikologi, strategi dakwah.

A. Pendahuluan

Hakikat manusia memiliki tiga dimensi, ia sebagai makhluk individu, sosial dan kebutuhan. Manusia dengan multi dimensinya ternyata tidak bisa menutupi diri untuk menolak fitrahnya sebagai manusia yang beragam. Karena agamalah tujuan akhir dari apa yang diperjuangkan dalam hidupnya. Bagi ummat Islam, berkeyakinan bahwa Islam adalah agama yang *haq* dan kebenarannya bisa diuji dan bisa

dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, sudah menjadi kewajiban mutlak untuk disosialisasikan di tengah-tengah kehidupan ummat ini, dan kegiatan dakwah merupakan bagian ummat dapat dikondisikan untuk menjadi ummat sesuai tuntutan dan tuntutan agama, manakala perangkat-perangkat dakwah tidak dapat dikuasai oleh para da'i, padahal di dalam masyarakat muslim sendiri tidak seluruhnya dengan mudah dan cepat menerima pesan Islam, karena fenomena sosiologis masyarakat munculnya dua kecenderungan yang saling berlawanan, yaitu:

Pertama, gejala religiositas dengan titik tekannya pada ritual dan kehidupan yang saleh, moralitas dan bertanggungjawab. Pesan-pesan agama yang berisi agar manusia pandai-pandai menjaga dirinya supaya tidak terjerebab ke dalam malapetaka dan kehancuran moral.

Kedua, adanya segelintir anggota masyarakat, yang tidak mau tahu dengan segala bingkai moral. Pelanggaran moral baginya dirasakan enteng saja sekalipun pesan-pesan agama yang sering didengarnya mengancam perilaku yang tidak bertanggungjawab dan yang merapuhkan sendi-sendi kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.¹

Kecenderungan da'wah dan perkembangan masyarakat yang seolah saling bertentangan itu dengan sendirinya memerlukan sistim pengolahan dakwah secara lebih terencana dan terprogram, sehingga dapat tercapai tahapan perkembangan dakwah yang lebih tinggi. Pengolahan dakwah secara konvensional sudah waktunya dikembangkan sesuai tingkat perkembangan pemikiran dan kebutuhan masyarakat. Memperhatikan kondisi objektif ummat, pendekatan dakwah perlu diubah dari indoktrinasi menjadi dialog kreatif. Dakwah harus dikembangkan dalam usaha peningkatan keterampilan kerja sehingga mampu memenuhi tuntutan kehidupan yang secara terprogram dan bertahap akan menuju identitas kehidupan yang di samping memenuhi tuntutan normatif Islam, juga mampu menjawab tantangan sosiologis masyarakat modern. Kepekaan terhadap penyelesaian masalah ummat dan juga pencarian kebenaran pemahaman al-quran dan as-sunnah merupakan ideologisasi yang mampu menggerakkan seluruh lembaga dakwah, lapisan ummat maupun masyarakat secara kritis dan dinamis untuk tujuan dan maksud dakwah. Dakwah pemecahan masalah merupakan demokratisasi yang berarti pengembangan kualitas hidup sebagai bagian pemberdayaan manusia dan masyarakat dalam menyelesaikan berbagai persoalan kehidupan objektif.

Khurbah jum'at atau pengajian-pengajian perlu terus dikembangkan, bukan hanya sebagai kegiatan rutin, melainkan harus menampilkan tema-tema yang dibutuhkan jama'ah dalam upaya menvelesaikan masalah yang dihadapi masvarakat.²

Oleh karena itu, sesuatu yang dominan dalam rangka menyampaikan pesan Islam, bagi para da'i atau mubaligh bukan hanya sekedar menguasai materi dakwah, tetapi memiliki alat bantu yang dapat mengantarkan kepada sasaran dan tercapainya tujuan dakwah yaitu penguasaan di bidang sosiologi dan psikologi dakwah.

B. Sosiologi dan Psikologi Dakwah

1. Pengertian Sosiologi dan Psikologi

Kata sosiologi dan dakwah ketika digabungkan terbentuklah sosiologi dakwah, dan jadilah sebuah ilmu. Demikian pula kata psikologi dan dakwah, ketika digabungkan terbentuklah psikologi dakwah dan jadilah sebuah ilmu pula. Padahal kalau tidak ada penggabungan dan masing-masing terpisah, maka sosiologi sebagai ilmu, psikologi sebagai ilmu dan dakwah pun sebagai ilmu, bahkan ketika terjadi penggabungan antara psikologi dan sosial sehingga menjadi psikolgoi sosial, maka termasuk juga sebagai ilmu.

Untuk dapat memudahkan pemahaman dari hakikat sosiologi dakwah dan psikologi dakwah ini, dipandang penting terlebih dahulu menjelaskan batasan-batasan dari ilmu-ilmu yang telah disebutkan di atas.

Sosiologi secara terminologi dijelaskan oleh Hasan Shadly, adalah ilmu yang mempelajari hidup bersama dalam masvarakat, dan menyelidiki ikatan-ikatan antar manusia yang menguasai kehidupan itu.³ Menurut Ahmad Amin, sosiologi adalah ilmu masvarakat yang mempelajari masyarakat manusia yang pertama, dan bagaimana meningkat ke atas, juga menyelidiki tentang bahasa agama dan keluarga dan bagaimana membentuk undang-undang dan pemerintahan dan sebagainya.⁴ Sementara itu dalam pandangan Hamzah Ya'kub, Ilmu Masyarakat menerangkan perihal proses perkembangan masyarakat yang meliputi faktor-faktor pendorongnya sampai kepada tujuan gerakan-gerakan sosial. Demikian juga tentang faktor penghalang dan perintang tumbuhnya suatu masyarakat yang membuat terbelakang dibandingkan dengan masvarakat lainnya yang telah maju.⁵

Psikologi secara terminologis adalah ilmu yang mempelajari tentang gejala-gejala kejiwaan. Kemudian, dalam sejarah perkembangan-

nya, arti psikologi menjadi ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia. Ini disebabkan oleh jiwa yang mengandung arti abstrak, itu sukar dipelajari secara objektif. Di samping itu keadaan jiwa seseorang melatar belakangi timbulnya hampir seluruh tingkah lakunya.⁶

Sehubungan psikologi itu titik tekan pada jiwa, maka secara agak rinci dapatlah diartikan bahwa psikologi ialah ilmu yang membahas tentang masalah kekuatan yang terpendam dalam jiwa, perasaan, faham, kelezatan dan rasa sakit dan sebagainya.

Dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang berarti seruan-ajakan-panggilan. Sedangkan orang yang melakukannya disebut da'i.⁸ Sedangkan dakwah secara terminologis adalah suatu strategi penyampaian nilai-nilai Islam kepada ummat manusia demi terwujudnya tata kehidupan yang imani dan realitas hidup yang Islami.⁹ Menurut Thoha Yahya Umar sebagaimana dikutip oleh Toto Tasmara, bahwa dakwah menurut Islam ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan dia akhirat.¹⁰

Pengertian di atas menunjukkan kepada orientasi dakwah itu dalam bentuk aktifitas proses Islamisasi terhadap manusia, padahal untuk tercapainya tujuan tersebut tidak lepas dari subjek dakwah yang harus menguasai tentang disiplin ilmu dakwah. Oleh karena itu, ilmu dakwah ialah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntutan, bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi pendapat pekerjaan tertentu.¹¹

Sosiologi dakwah dan psikologi dakwah, keduanya sebagai ilmu. Ciri dari suatu ilmu adalah memiliki dua objek yakni objek material dan objek formal. Dilihat dari sisi objek material dari kedua ilmu di atas mempunyai unsur kesamaan yaitu manusia sebagai makhluk individu, sosial dan berketuhanan. Adapun objek formal dari sosiologi dakwah adalah masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah, misalnya politik pemerintah setempat, mayoritas agama di daerah setempat, sosio kultural sasaran dakwah dan sebagainya. Dengan demikian yang dimaksudkan dengan sosiologis-menyangkut situasi dan kondisi sasaran dakwah-yang mungkin dapat dimanfaatkan dalam proses pelaksanaan dakwah (*aspek dakwah*) demi tercapainya tujuan dakwah secara maksimal dan optimal. Sedangkan objek formal dari psikologi dakwah adalah tingkah laku manusia sebagai pernyataan gejala-gejala jiwanya. Dengan kata lain masalah yang berhubungan dengan

kejiwaan manusia. Seorang da'i adalah manusia, begitupun sasaran dakwahnya yang memiliki karakter (*kejiwaan*) yang unik yakni berbeda satu sama lainnya. Dengan demikian, psikologi dakwah adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang tingkah laku manusia (aspek psikis) yang mungkin dapat dimanfaatkan dalam proses pelaksanaan dakwah (aspek dakwah) demi tercapainya tujuan dakwah secara maksimal dan optimal.¹⁴

2. Urgensi Sosiologi dan Psikologi Dakwah

Masyarakat sebagai objek dakwah atau sasaran dakwah adalah salah satu unsur yang penting di dalam sistem dakwah yang tidak kalah perannya dibandingkan dengan unsur-unsur dakwah yang lainnya. Oleh sebab itu, masalah masyarakat dengan berbagai problematikanya harus dipelajari dengan sebaik-baiknya sebelum melangkah kepada aktivitas dakwah yang sebenarnya. Dari itu bagi subjek dakwah (da'i) hendaknya dapat membekali diri dan memperlengkapi dirinya dengan pengetahuan dan pengalaman yang erat hubungannya dengan masalah masyarakat, seperti sosiologis, psikologi dan lain-lain.¹⁵

Sosiologi dan psikologi dakwah adalah perangkat dakwah yang tidak boleh diabaikan, karena sebagai faktor penunjang bagi suksesnya dan berhasilnya misi dakwah dengan baik. Oleh karena itu unsur ini termasuk dalam lingkup metode dakwah, yakni menyangkut masalah bagaimana caranya dakwah itu harus dilaksanakan. Tindakan-tindakan atau kegiatan-kegiatan dakwah yang telah dirumuskan akan efektif bilamana dilaksanakan dengan mempergunakan cara-cara yang tepat.¹⁶

“Serulah (semua manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik (QS. An-Nahl 25)”

Berdasarkan ayat di atas bahwa pedoman berdakwah itu dapat ditempuh dengan tiga cara yakni *hikmah*, *mau'idzatul hasanah* dan *mujadalah billati hia ahsan*. Rosyad Shaleh mengartikan *hikmah* itu berarti memahami rahasia sesuatu secara mendalam, sehingga merupakan pendorong untuk suatu langkah yang tepat. Dengan kesimpulan tersebut, maka yang dimaksud dengan dakwah *bil hikmah* adalah dakwah yang dilakukan dengan terlebih dahulu memahami secara mendalam segala persoalan yang berhubungan dengan proses dakwah, yang meliputi persoalan sasaran dakwah, tindakan-tindakan yang akan dilakukan, masyarakat yang menjadi objek dakwah, situasi, tempat dan waktu di mana dakwah akan dilaksanakan.¹⁷

Dalam pandangan Toto Tasmara, hikmah dalam komunikasi dakwah meliputi aspek sosiologis, psikologis dan antropologis dari komunikasinya, karena semua aspek memegang peranan yang sangat besar pada manusia tersebut menentukan pilihan terhadap rangsangan-rangsangan yang mempengaruhi dirinya. Dengan demikian pengertian hikmah dilihat dari komunikasi berarti suatu pendekatan persuasive.¹⁸

Dengan memperhatikan pengertian di atas, sosiologi dakwah dan psikologi dakwah adalah dua aspek pendekatan yang termasuk dalam kategori taktik atau strategi dakwah sebagai bagian metode dakwah.

3. Pendekatan Sosiologis dalam Dakwah

Strategi dakwah dapat ditempuh melalui pendekatan sosiologis. Kiranya perlu disadari bahwa dalam proses berdakwah tidak dipungkiri pasti melibatkan manusia. Dalam hal ini, manusia dapat bertindak sebagai subjek dan sebagai objek dakwah.

a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah harus mengembangkan da'i sebagai hidup pribadinya bersama-sama dengan kehidupan pribadi orang lain. Maka kehidupan pribadinya bergantung kepada keberadaan diri pribadinya itu di tengah-tengah individu-individu lain. Artinya mereka harus hidup bersama, saling membina, saling bekerja sama, saling mengerti dan toleransi, saling mengisi dan memberi, saling melengkapi, memperingati dan saling menghargai dalam rangka menuju tercapainya kehidupan yang damai, aman dan tentram, tenang, sejahtera dan bahagia untuk dirinya dan bagi masyarakatnya. Individu yang hanya mementingkan dirinya sendiri sangat tidak dikehendaki dalam masyarakat, sebagaimana juga tidak dikehendaki kalau individu hanya sepenuhnya untuk orang lain.¹⁹ Oleh sebab itu, subjek dakwah sebagai pelaku-pelaku dakwah akan senantiasa mendapatkan penilaian dari sasaran dakwah baik segi positif maupun negatifnya yang dapat mengakibatkan sukses atau gagal suatu misi dakwah. Dengan demikian ada beberapa hal yang patut mendapatkan perhatian dari subjek dakwah, yaitu :

Subjek dakwah harus terlebih dahulu mengadakan intropeksi terus menerus terhadap perilaku dirinya agar apa yang akan dilakukan bisa diikuti dan diteladani orang lain. Di samping itu juga secara terus menerus mengupayakan dirinya untuk selalu mengkaji tentang hal-hal yang berkaitan dengan Islam dan lingkungannya di mana ia hidup.²⁰

Bagi subjek dakwah/da'i harus memiliki kompetensi yakni sejumlah pemahaman, pengetahuan, penghayatan dan perilaku serta keterampilan tertentu yang harus ada pada diri mereka, agar mereka

dapat melakukan fungsinya yang memadai. Ada dua kategori kompetensi da'i, yaitu *kompetensi substansif* berupa kondisi-kondisi da'i dalam dimensi idealnya, dan *kompetensi metodologis* berupa kondisi-kondisi da'i yang berkaitan dengan aspek metodologi atau keterampilan profesionalnya.

Kompetensi substansif bagi seorang da'i meliputi :

1. Pemahaman agama Islam secara cukup, tepat dan benar.
2. Memiliki akhlaqul karimah.
3. Mengetahui perkembangan pengetahuan umum yang relatif luas.
4. Memahami hakekat dakwah
5. Mencintai audiens dengan tulus
6. Mengenal kondisi lingkungan dengan baik
7. Mempunyai rasa ikhlas liwajhillah

Kompetensi metodologis yaitu kemampuan profesional yang ada pada diri da'i sehingga ia mampu membuat perencanaan dakwah (persiapan kegiatan dakwah) yang akan dilakukan dengan baik, dan sekaligus mampu melaksanakan perencanaan tersebut. Kompetensi metodologis ini secara garis besarnya : *Pertama*, da'i harus mampu mendiagnosa dan menemukan kondisi keberagaman objek dakwah yang dihadapi baik pada tingkat individu atau tingkat masyarakat. *Kedua*, da'i harus mampu mencari mendapatkan informasi mengenai ciri-ciri objektif dan subjektif, objek dakwah serta kondisi lingkungannya. *Ketiga*, berdasarkan informasi yang diperoleh, seseorang da'i akan mampu menyusun langkah perencanaan bagi kegiatan dakwah yang dilakukannya, sehingga benar-benar dapat menjawab permasalahan dakwah yang ada. *Keempat*, kemampuan untuk merealisasikan perencanaan tersebut dalam pelaksanaan kegiatan dakwah. Dalam hal ini faktor-faktor bakat memegang peranan cukup menentukan, tetapi faktor latihan dan pengalaman akan amat menunjang kompetensi ini.²¹

b. Objek Dakwah

Objek dakwah adalah manusia baik individu maupun masyarakat. Dalam hal aktifitas dakwah yang ditujukan kepada individu perlu dipahami betul keunikan-keunikan yang terdapat pada setiap perorangan yang saling berbeda itu. Faktor-faktor yang mempengaruhinya disebabkan oleh faktor usia, faktor ideologi dan faktor status sosial dan status ekonomi.²² Slamet Muhaemin Abda, menjelaskan bahwa :

....manusia sebagai objek dakwah antara yang satu dengan lainnya mempunyai perbedaan yang diakibatkan karena adanya :

1. Nilai-nilai (*values*) yang dianut seperti kepercayaan, agama, tradisi dan sebagainya.

2. Adat dan tradisi, yaitu kebiasaan-kebiasaan yang turun temurun telah dilakukan olehnya.
3. Pengetahuan (*knowledge*)
4. Keterampilan (*skill*)
5. Bahasa (*language*)
6. Milik kebendaan (*material possessions*).²³

Bila dilihat dari segi cepat dan lambatnya seseorang menerima informasi atau pesan yang datang dari luar sistimnya, manusia masing-masing mempunyai tipe-tipe yang antara lain :

1. Tipe *Inovator*, adalah tipe anggota masyarakat yang mempunyai kemauan karena untuk selalu ingin mengetahui hal-hal yang baru. Orang yang bertipe seperti ini senantiasa selalu terbuka wawasannya, berpandangan jauh ke depan dan berani memikul resiko yang mungkin timbul akibat keputusan dan sikapnya. Ciri lainnya adalah dinamisme dan patriotisme, mau bekerja keras dan pantang putus asa.
2. Tipe *Pelopop*, ia selalu berorientasi ke dalam manakala menerima ide-ide baru. Ia akan mengkaji terlebih dahulu secermat mungkin karena ia sadar bahwa keputusan dan sikapnya akan diikuti oleh masyarakat yang lain.
3. Tipe *Pengikut Dini*, ini biasanya merupakan sebagian besar anggota masyarakat yang tingkat budayanya masih sederhana. Ia biasanya tidak siap/takut akan resiko yang mungkin muncul atas sikap dan keputusannya dan ketakutan ini akan bertambah jika ada pihak lain yang mencoba menakut-nakuti.
4. Tipe *Pengikut Terakhir*, lebih memerlukan waktu lama ketimbang pengikut dini dalam menentukan sikap dan keputusannya terhadap ide pembaharuan. Malahan sering ia bersikap skeptis dalam menanggapi inovasi. Bujuk rayu harus sering dilakukan dalam upaya membuka jalan pikirannya yang sudah terlalu kuat berpegang pada norma-norma etisnya yang tradisional.
5. Tipe *kolot*, ia tidak mau menerima pembaharuan sebelum mereka benar-benar terdesak oleh lingkungannya yang hampir secara keseluruhan telah menerima, jalan pikiran dan wawasannya ini masih terlalu bertumpu pada tradisionalisme yang statis. Ia tidak mau melihat perubahan-perubahan yang bisa dilihat dan tidak mau mendengar informasi-informasi yang mestinya didengar.²⁴

Aktifitas dakwah yang diajukan kepada masyarakat bagi subjek dakwah terlebih dahulu harus memahami koreksi masyarakat. Bentuk masyarakat ini dapat klasifikasikan beberapa macam.

Menurut Tonnie (lahir 1855) yang terkenal sebagai sosiolog Jerman membagi masyarakat kepada dua bentuk, yaitu :

1. *Gemeinschaft*, persekutuan hidup di mana orang-orang memelihara hubungan berdasar keturunan dan kelahiran, berdasar rumah tangga dan keluarga serta pula famili dalam arti yang seluas-luasnya yang selalu menunjukkan adanya hubungan yang erat di antara anggotanya.
2. *Gesellschaft*, dalam perkongsian hidup anggota-anggota terdapat sebagai orang luar terhadap yang lain. Tiap anggota hanya bergerak untuk kepentingan sendiri dan tindakan diambilnya jika ada keuntungan di belakangnya.²⁵

Asmuni Syukir membagi masyarakat kepada masyarakat primitif (suku terasing), masyarakat desa dan masyarakat kota.²⁶ Sedangkan Slamet Muhaemin Abda, mengelompokkan masyarakat kepada :

1. Masyarakat yang terbentuk karena suatu paksaan
2. Masyarakat merdeka, terdiri dari :
 - a. Masyarakat alam (*natur*) yaitu masyarakat yang terbentuk dengan sendirinya.
 - b. Masyarakat kultur, yaitu masyarakat terbentuk dari adanya kesamaan suatu kepentingan atau kepercayaan.²⁷

Sejalan dengan pemikiran di atas, Datuk Tombak Alam menyatakan ada tiga macam golongan masyarakat :

1. Golongan *Abstracte Massa*, yaitu masyarakat yang masih kuat adat dan tradisinya, dan masih berakar paham tahayul dan ramalan-ramalan, sehingga akal dan pikirannya dikuasai oleh adat dan tahayul itu. Masyarakat seperti sentimennya tinggi dan kecerdasannya rendah.
2. Golongan *Concrete Masa*, yaitu masyarakat yang sudah tinggi peradabannya dan sudah banyak ilmu pengetahuan umumnya, seperti manusia yang sudah lama tinggal di kota-kota besar. Masyarakat yang seperti ini kurang rasa sentimennya dan tinggi kecerdasannya.
3. Golongan *Manigte Massa*, yaitu masyarakat yang tergabung dari abstracte massa dan concrete massa, seperti di masjid, di bioskop dan di pasar.²⁸

Sedangkan menurut Parsudi Suparlan sebagaimana dikutip oleh Jalaluddin (1997:230) ada tiga bentuk masyarakat yaitu masyarakat homogen, masyarakat majemuk dan masyarakat heterogen.²⁹

Masyarakat homogen ditandai dengan adanya ciri-ciri yang anggotanya tergolong dalam satu asal atau suku bangsa dengan satu kebudayaan yang digunakan sebagai pedoman hidup sehari-hari.

Sedangkan masyarakat majemuk terdiri atas sejumlah suku bangsa yang merupakan bagian dari bangsa itu. Dan masyarakat heterogen memiliki ciri-ciri bahwa perantara-perantara primer yang bersumber dari kebudayaan suku bangsa telah diseragamkan oleh pemerintah nasional, kekuatan-kekuatan politik suku bangsa telah dilemahkan oleh sistim nasional melalui pengorganisasian yang berlandaskan pada solidaritas, memiliki pranata alternatif yang berfungsi sebagai upaya untuk mengakomodasi perbedaan dan keragaman, dan adanya tingkat kemajemukan yang tinggi dalam kehidupan ekonomi dan teknologi sebagai akibat dari perkembangan pranata-pranata alternatif beragam tersebut.

Dalam kehidupan bermasyarakat timbul pula adanya dimensi struktural, dimensi kultural dan dimensi normatif.

Dimensi struktural, mendudukan manusia dalam hubungannya dengan manusia lain yang memerlukan bentuk-bentuk tertentu baik yang bersifat tradisional, kontemporer, formal maupun informal. Maka terjadilah bentuk hubungan keluarga, kerabat, masyarakat desa dan kota, modern dan terbelakang, masyarakat barat dan timur, kumpulan kesenian, olahraga, klub-klub dan sebagainya yang merupakan organisasi atau struktur hubungann manusia dengan manusia lainnya, baik yang bertaraf lokal, nasional maupun intenasional.

Dimensi kultural, mendudukan manusia dalam proposisi kematangan sebagai manusia. Dalam hal ini manusia sebagai makhluk ber peradaban yang memiliki kemampuan rasioanl, daya maupun otot. Ini berarti manusia memiliki tindak intelektual, emosi, intuisi, fisik dan seluruh kemampuan psikis serta energi kemanusiaan. Dimensi kultural inilah yang akan memberikan nilai tinggi rendahnya kemanusiaan.

Dimensi normatif, mendudukan manusia dalam kedudukan *ahsanu taqwiem* yang tahu aturan permainan dalam kehidupannya, sadar akan fungsi dan perannya sebagai subjek dan hak kewajibannya sebagai objek.

Dari berbagai rumusan yang telah diungkapkan di atas, nampaknya sejalan dengan hasil rumusan seminar nasional Dakwah Islam dan Perubahan Sosial Pusat Latihan, Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (29-08-1982 di Yogyakarta) bahwa sasaran dakwah dapat diklasifikasikan.

1. Tempat Tinggal
 - a. Masyarakat Desa
 - b. Masyarakat Kota

2. Struktur Masyarakat
 - a. Masyarakat Agraris
 - b. Masyarakat Industri
3. Pendidikan
 - a. Berpendidikan (ilmuwan, teknokrat, guru, mahasiswa, dsb)
 - b. Tidak berpendidikan
4. Kekuasaan
 - a. Elite/Pemimpin Politik/Pemerintah
 - b. Massa Rakyat
5. Agama
 - a. Islam
 - b. Bukan Islam
6. Sikap Terhadap Dakwah
 - a. Cinta kepada agamanya (Islam)
 - b. Penganut agama lain, tapi menjadi simpatisan
 - c. Kelompok tapal batas, antara Islam dan bukan Islam
 - d. Simpatisan agama lain, tetapi tidak termasuk Islam
 - e. Kelompok yang membenci Islam
7. Umur
 - a. Anak-anak (06 – 13 tahun)
 - b. Remaja (13 – 18 tahun)
 - c. Pemuda (18 – 35 tahun)
 - d. Orang Tua (35 –55 tahun)
 - e. Lanjut Usia (55 – tahun ke atas) ³⁰

Dengan memperhatikan klasifikasi masyarakat tersebut di atas, maka sasaran dakwah, tindakan-tindakan atau kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan serta situasi dan kondisi masyarakat jelas akan menjadi faktor yang mempengaruhi dan menentukan cara-cara dakwah itu sendiri.

Dalam menyampaikan pesan-pesan Islam, dakwah yang dilakukan subjek dakwah/dai'i tidak akan dapat berhasil dengan baik tanpa memahami lingkungan atau ekologi sosio budaya dan sosio politik yang ada. Dakwah Islam tidak dapat dilepaskan dari setting kemasyarakatan yang ada. Disinilah da'i dituntut untuk secara jeli dan cerdas memahami kondisi ummat ijabah dan ummat dakwah yang dihadapi supaya dapat menyodorkan pesan-pesan Islam secara tepat sesuai dengan kebutuhan mereka. Suatu penyelenggaraan dakwah yang dilakukan pada suatu lingkungan masyarakat tertentu dan waktu tertentu, akan berbeda caranya bilamana dilaksanakan pada masyarakat yang lain pula, meskipun misalnya sasaran yang hendak dicapai adalah sama. Sebagai contoh, dakwah yang dilakukan oleh da'i dengan objek lingkungan remaja, tentu tidak sama caranya dengan dakwah kepada

lingkungan lanjut usia. Demikian pula yang terjadi antara masyarakat desa dan masyarakat kota, petani, buruh, pelajar, mahasiswa, pedagang, birokrat dan sebagainya. Oleh karenanya, untuk menentukan metode dakwah yang tepat memang diperlukan pengetahuan yang mendalam tentang objek dakwah yang dihadapi, baik mengenai alam pikiran, kepercayaan yang dianutnya, latar belakang pendidikan dan kehidupan sosial ekonomi dan sebagainya.³¹

Pada tingkat aplikatif berdakwah yang dilaksanakan oleh subjek dakwah, sepantasnyalah memahami objek/sasaran dakwah. Berdakwah kepada masyarakat yang masih tinggi sentimennya dan kecerdasannya rendah, tidak seharusnya secara ilmiah dengan menggunakan dalil-dalil hukum akal atau rasional, tetapi lebih baik memperbanyak kisah dan riwayat yang mengarah kepada tujuan yang hendak dicapai. Bagi masyarakat yang sudah tinggi peradabannya dan sudah banyak ilmu pengetahuannya umumnya, berdakwah terhadap mereka ini harus secara ilmiah dengan memakai hukum akal rasional dengan ringkas, tegas dan pantas ditunjang dengan mengemukakan fakta-fakta sejarah yang cukup pantas data-datanya. Sedangkan bagi masyarakat campuran atau gabungan di antara kedua objek di atas, berdakwah kepada mereka harus memilih cara kedua golongan di atas.³²

Di samping itu, da'i yang bisa menerapkan hikmah dan kecerdikan akalnya, tentu mampu membedakan antara waktu menyampaikan dakwah, atau berhenti atau menunda atau merubah bentuk kegiatan dakwahnya, agar tujuan yang dikehendaki benar-benar tercapai. Maksudnya, berikanlah peringatan selagi da'i mendapatkan waktu yang tepat untuk menyampaikannya, dan apabila kondisi tidak tepat untuk menyampaikan peringatan, maka prioritaskan hal-hal yang dapat membangkitkan kesenangan orang lain, seperti masyarakat yang ditimpa musibah, maka solusinya harus mendahulukan mana yang lebih sesuai. Yang penting ia harus tahu kebutuhan orang yang akan dituju, apakah ia dalam keadaan jenuh, lapar atautkah sedang mendapat musibah.³³

4. Pendekatan Psikologis dalam Dakwah

Strategi dakwah tidaklah cukup ditempuh melalui pendekatan sosiologis semata, melainkan pentingnya dilakukan pendekatan psikologis, antara keduanya tidak dapat dipisahkan dan saling menunjang. Oleh karena manusia dapat bertindak sebagai subjek dan sekaligus sebagai objek dakwah, maka perlu diperhatikan hal-hal yang penting dilihat dari segi psychisnya, sebab dengan cara demikian itu akan

memudahkan lancarnya komunikasi, menyampaikan pesan-pesan Islam untuk tercapainya tujuan dakwah.

Subjek dakwah harus berpengetahuan dan memahami bidang psikologi, karena dengan pengetahuan ini akan dapat bersikap bijaksana dan pantang putus asa dalam menghadapi komunikannya yang beraneka ragam sikap dan kepribadiannya. Psikologi ini meliputi *psikologi kepribadian* yang membicarakan model dan sifat-sifat pribadi seseorang, *psikologi perkembangan* yang membicarakan gejala-gejala dan pengaruh yang timbul akibat perkembangan seseorang. *Psikologi sosial* yang membicarakan karakter dan model kejiwaan manusia sebagai warga masyarakat.³⁴

Bagi seorang subjek dakwah hendaknya memiliki kepribadian yang baik, sebab da'i tidak akan luput dari penilaian objek dakwah. Kepribadian da'i ini meliputi kepribadian yang bersifat jasmani dan rohani (*physis* dan *psychis*).

Adapun kepribadian yang bersifat rohaniah (psikologis) pada dasarnya mencakup masalah sifat, sikap dan kemampuan diri pribadi seseorang da'i. Adapun rinciannya sebagai berikut :

1. Sifat-sifat seorang da'i:
 - a. Iman dan Taqwa kepada Allah
 - b. Tulus ikhlas dan tidak mementingkan kepentingan diri pribadi
 - c. Ramah dan penuh pengertian
 - d. Tawadhu' (rendah hati)
 - e. Sederhana dan jujur
 - f. Tidak memiliki sifat egoisme
 - g. Sifat antusiasme (semangat)
 - h. Sabar dan tawakal
 - i. Memiliki jiwa toleransi
 - j. Sifat terbuka (demokratis)
 - k. Tidak memiliki penyakit hati
2. Sikap seorang da'i:
 - a. berakhlak mulia
 - b. Ing ngarsa sung tulada, Ing madya mangun karsa, Tut wuri handayani
 - c. disiplin dan bijaksana
 - d. wara'i dan berwibawa
 - e. tanggung jawab
 - f. berpandangan yang luas
3. Kemampuan pribadi seorang da'i:

Beberapa pengetahuan, kecakapan dan keterampilan tentang dakwah sangat menentukan corak strategi dakwah. Pengetahuan seorang da'i meliputi pengetahuan yang berhubungan dengan materi dakwah dan ilmu-ilmu yang hubungannya dengan teknik-teknik dakwah.

Kepribadian yang bersifat jasmaniah, meliputi dua aspek :

1. Sehat jasmani
2. Berpakaian necis, dalam artian yang serasi antara tempat, suasana dan keadaan tubuhnya³⁵

Manusia baik sebagai individu maupun masyarakat, dengan berbagai problema dan dinamikanya, adalah tidak lain sebagai objek atau sasaran dakwah, maka bagi subjek dakwah dalam melakukan berbagai aktifitas dakwahnya dapat menempuh pendekatan-pendekatan psikologis agar lebih memungkinkan bisa cepat sampai kepada tujuan. Oleh karena itu, subjek dakwah harus mengetahui objek dakwah yang secara psikologis dapat dibedakan dalam berbagai sifat, sebagaimana dikemukakan oleh Slamet Muhaemin Abda :

- a. Sifat-sifat kepribadian : yaitu adanya sifat-sifat penakut, pemarah, suka bergaul, peramah, suka menyendiri, sombong dan sebagainya.
- b. Intelegensi : yaitu aspek kecerdasan seseorang, mencakup kewaspadaan, kemampuan belajar, kecepatan berfikir, kesungguhan mengambil keputusan yang tepat dan cepat, kepandaian menangkap dan mengolah kesan-kesan atau masalah-masalah dan kemampuan mengambil keputusan.
- c. Pengetahuan (*Knowledge*)
- d. Keterampilan (*skill*)
- e. Nilai-nilai (*values*)
- f. Peranan (*roles*)³⁶

Masih banyak pembagian tipe kepribadian yang dikemukakan oleh para ilmu jiwa berdasarkan sudut pandangan masing-masing. Secara garis besarnya pembagian tipe kepribadian manusia itu ditinjau dari berbagai aspeknya antara lain :

1. Aspek biologis atau disebut juga "temperament"

Menurut Hipocrates dan Galenus bahwa tipe kepribadian manusia dilihat dari aspek biologis terdiri dari :

- a. Tipe Cholelis : tipe ini disebabkan cairan empedu kuning yang dominan dalam tubuhnya. Sifatnya agak emosi, mudah marah dan mudah tersinggung.

- b. Tipe Melancholis : tipe ini disebabkan cairan empedu hitam yang dominan dalam tubuhnya. Sifatnya agak tertutup, rendah diri, mudah sedih dan sering putus asa.
- c. Tipe Plegmatis : tipe ini dipengaruhi oleh cairan lendir yang dominan. Sifat yang dimilikinya agak statis, lamban, apatis, pasif, dan pemalas.
- d. Tipe Sangminis : tipe ini dipengaruhi oleh cairan darah merah yang dominan. Sifat yang memilikinya agak aktif, cekatan, periang dan mudah bergaul.

2. Aspek sosiologis atau disebut juga “karakter”

Menurut Edward Spranger bahwa tipe kepribadian manusia dilihat dari aspek sosiologis terdiri dari :

- a. Tipe Teotitis : orang yang perhatiannya selalu diarahkan kepada masalah teori dan nilai-nilai : ingin tahu, meneliti dan mengemukakan pendapat.
- b. Tipe ekonomis : yaitu orang yang perhatiannya tertuju kepada manfaat segala sesuatu berdasarkan faedah yang dapat mendatangkan untung rugi.
- c. Tipe Esthetis : yaitu orang yang perhatiannya tertuju kepada masalah-masalah keindahan.
- d. Tipe Sosial : yaitu orang yang perhatiannya tertuju ke arah kepentingan kemasyarakatan dan pergaulan.
- e. Tipe Politis : yaitu orang yang perhatiannya tertuju kepentingan kekuasaan, kepentingan organisasi.
- f. Tipe Religius : yaitu tipe orang yang taat kepada ajaran agama, senang dengan masalah-masalah ketuhanan dan keyakinan agama.

3. Aspek Psikologis.

Menurut Heyman bahwa tipe kepribadian manusia dilihat dari aspek psikologis terdiri dari tiga unsur, yaitu :

- a. Emosionalitas : merupakan unsur yang mempunyai sifat yang didominasi oleh emosi yang positif, sifat umumnya adalah : kurang respek terhadap orang lain, perkataan berapi-api, tegas, ingin menguasai, bercita-cita yang dinamis, pemurung suka berlebih-lebihan.
- b. Aktivitas : yaitu yang dikuasai oleh aktivitas gerakan, sifat umumnya yang tampak adalah lincah, praktis, berpandangan luas, ulet, periang dan selalu melindungi kepentingan orang lemah.
- c. Fungsi sekunder (proses pengiring) : yaitu sifat yang didominasi oleh kerentanan perasaan, sifat umum yang tampak, watak tertutup, tekun, hemat, tenang dan dapat dipercaya.³⁷

Carl Gustav membagi tipe kepribadian manusia kepada dua macam, yang bagi keduanya mempunyai empat fungsi pokoknya dapat mempengaruhi kehidupan mental seseorang yaitu, *berpikir, perasaan, penginderaan* dan *intuisi*. Kedua tipe tersebut yaitu :

1. Tipe *Extrovert*, yaitu orang yang terbuka dan banyak berhubungan dengan kehidupan nyata. Dan empat fungsi pokoknya adalah :
 - a. Tipe pemikiran terbuka, dengan sifat-sifatnya cenderung berbuat secara praktis dan memanfaatkannya dalam kehidupan.
 - b. Tipe perasaan terbuka, dengan sifat-sifatnya cenderung untuk ikut merasakan perasaan orang lain : sedih dan gembira, rasa hormat, rasa sosial dalam bentuk perbuatan nyata.
 - c. Tipe penginderaan terbuka, sifat-sifatnya memiliki kehidupan pikiran dan perasaan yang dangkal. Kehidupan mentalnya dipengaruhi perangsang lingkungan yang diterimanya dan mudah bosan terhadap sesuatu, jiwanya labil dan kurang mantap.
 - d. Tipe Intuisi terbuka dengan sifat-sifatnya : cenderung untuk bersifat *avonturir*, karena mereka selalu akan melaksanakan secara langsung setiap apa yang terlintas dalam pikirannya. Mereka selalu yakin terhadap kebenaran lintasan pikiran itu.
2. Tipe *Introvert* : yaitu orang yang tertutup dan cenderung kepada berfikir dan merenung. Dan empat fungsi pokoknya adalah :
 - a. Tipe pemikiran tertutup dengan sifat-sifatnya : cenderung menekuni pemikiran yang bersifat abstrak sehingga kurang memanfaatkan implementasi pemikiran dalam bentuk perbuatan nyata. Kehidupan mereka dilibatkan dalam pemikiran yang berbentuk renungan yang idealis.
 - b. Perasaan tertutup dengan sifat-sifatnya, kehidupan mentalnya dikuasai oleh perasaan yang mendalam. Pengaruhnya dalam kehidupan menyebabkan mereka senang menyendiri, mencintai dan membenci sesuatu secara bersangkutan karena selalu dikuasai oleh perasaan yang tajam.
 - c. Tipe penginderaan tertutup dengan sifat-sifat : cenderung untuk menenggelamkan diri oleh pengaruh perangsang luar sebagai hasil penginderaan. Mereka tenggelam dalam lamunan yang dipantulkan lingkungannya dan diproyeksikan ke dalam kehidupan jiwa.
 - d. Tipe intuisi tertutup dengan sifat-sifatnya : cenderung untuk membuat keputusan yang cepat dan tajam tanpa didasarkan atas bukti objek psikologis.³⁸

Sebagai objek psikologi, manusia diselidiki tingkah lakunya yang merupakan atau bersumber dari adanya kemampuan-kemampuan psikis dan potensi-potensi intrinsiknya. Dengan demikian yang perlu diselidiki adalah :

1. Gejala-gejala Tingkah Laku Psikis

Manusia diselidiki tingkah lakunya dalam situasi-situasi yang umum dengan jalan mengadakan generalisasi mengenai kehidupan psikisnya yang menggejala dalam tingkah lakunya yang tampak. Tingkah laku ini sebagai ekspresi dari :

- a. Berfikir, merupakan gejala jiwa yang mengatur dan mengontrol segala prilaku manusia. Berfungsi untuk mengenal, mencipta dan memecahkan problema. Ada tingkatan berfikir yaitu berpikir konkrit, berfikir skematis dan berfikir abstrak
- b. Perasaan, merupakan gejala jiwa yang bersifat subjektif dan diahayati sebagai senang atau tidak senang. Perasaan juga termasuk naluri yang banyak memberikan pengaruh serta mempengaruhi perkembangan sikap dan tingkah lakunya.

Ada perasaan kejasmanian (rendah) seperti perasaan pengindraan, perasaan vital, perasaan psikis dan perasaan pribadi. Ada pula perasaan kerohanian (tinggi) meliputi :

- Perasaan Religius (hal yang suci)
- Perasaan Etis (hal yang baik)
- Perasaan Aestetis (hal yang indah)
- Perasaan Egoistis (hal diri sendiri)
- Perasaan Sosial (hal bersama)
- Perasaan Simpati (hal tertarik)
- Perasaan Intelektual (hal yang benar)

Kalau suatu aktivitas dari perasaan itu melebihi batas, hingga kemungkinan komunikasi terganggu, maka hal itu disebut *emosi*. Sikap dan perilaku emosional itu, bisa dalam bentuk takut, marah, cinta, benci, cemburu, dengki, sedih, penyesalan, serakah, menipu diri, tergesa-gesa, tidak puas dan sebagainya.

Kehendak, merupakan fungsi jiwa yang menentukan sukses tidaknya perkehidupan manusia, karena kehendak merupakan usaha aktif menuju pelaksanaan suatu tujuan.

2. Naluri (instink)

Naluri adalah kemampuan dasar yang dibawa sejak lahir untuk berbuat sesuatu secara teratur menuju suatu arah tujuan tertentu tanpa dipelajari terlebih dahulu dan sifatnya statis, misalnya :

- a. melarikan diri (*takut*)
- b. menolak (*jijik*)
- c. ingin tahu (*takjub*)
- d. melawan (*marah*)
- e. merendahkan diri (*tawadhu*)
- f. menonjolkan diri (*egois*)
- g. kasih sayang (*parental*)
- h. Halus budi (*seni*)
- i. Berkelamin (*seks*)
- j. Berkelompok (*sosial*)
- k. Menghasilkan kembali, membangun, mencari, menarik perhatian dan sebagainya.

3. Cita-cita

Apabila objek kebutuhan itu banyak dan tidak tentu, maka disebutlah cita-cita.

4. Hasrat

Hasrat adalah suatu dorongan kuat yang ditujukan kepada objek tertentu yang dapat diulang-ulang.

5. Keinginan

Keinginan adalah kegandrungan hati dan kecenderungan rasa, seperti :

- ingin memperoleh pengalaman baru
- ingin kasih sayang, cinta dan dicintai
- ingin kedamaian hidup
- ingin mendapatkan respons
- ingin mengenang kembali, dsb

6. Nafsu

Nafsu yaitu hasrat yang bergolak, keinginan yang meluap-luap, kecenderungan yang menggebu-gebu, cita-cita yang meledak-ledak dalam memenuhi kebutuhan, misalnya :

- nafsu mementingkan diri dan jahat (*amarah*)
- nafsu menipu diri (*musawwilah*)
- nafsu menyesali (*lawwamahi*)
- nafsu kebinatangan (*sabu'iyah*)

7. Kemauan

Dorongan kebutuhan, hasrat, cita-cita, keinginan, nafsu yang berkembang atas pengawasan (*kontrol*) dari pikiran serta pertimbangan

(*penilaian*) dari perasaan menjadilah kemauan. Kemauan yang dimotivasi oleh keimanan menjadi niat.

8. Motive

Motivasi adalah suatu yang abstrak, yaitu suatu dorongan dan kekuatan dari dalam diri manusia sebagai perantara pada tingkah lakunya untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya agar mencapai apa yang menjadi tujuan sesuai dengan yang dikehendaki.³⁹

Bukan suatu hal yang mudah bagi seseorang da'i untuk mengkondisikan dan menyampaikan pesan-pesan Islam ditengah-tengah masyarakat, mengingat begitu dilematis, kompleks, pluralistis dan ditandai dengan dinamikanya yang belum tentu sama antara masyarakat yang satu dengan masyarakat lainnya.

Dalam kehidupan manusia sebagai individu pengaruh psikologi itu membentuk keyakinan dalam dirinya dan menampakan pola tingkah laku sebagai realisasi dari keyakinan tersebut. Sedangkan dalam kehidupan sosial keyakinan dan polah tingkah laku tersebut mendorong manusia untuk melahirkan norma dan pranata keagamaan sebagai pedoman dan sarana kehidupan beragama di masyarakat.⁴⁰

Ajaran agama yang memuat norma-norma yang dijadikan pedoman oleh pemeluknya dalam bersikap dan bertingkah laku, dikehendaki sebagai pencapaian nilai-nilai lahir bagi pembentukan kepribadian dan keserasian hubungan sosial dalam upaya memenuhi ketaatan kepada dzat yang supranatural. Namun demikian dalam kenyataan hidup tak jarang dijumpai adanya penyimpangan-penyimpangan.

Menurut Kasmiran Wuryo yang dikutip oleh Jalaluddin, bahwa kepercayaan dan keyakinan merupakan hal yang abstrak sehingga secara empirik sulit untuk dibuktikan secara nyata mengenai kebenarannya. Oleh karena itu pengaruh yang ditimbulkannya terhadap seseorang cenderung berwujud psikologis. Pengaruh tingkat pikir ini memang memiliki variasi yang luas misalnya aliran seperti sekulerisme, liberalisme, sosialisme, fasisme, materialisme, dan sebagainya. Tetapi di luar itu ada juga pengaruh terhadap tingkat pikir yang lain seperti totemisme, magico, mititisme, animisme, dinamisme, politheisme dan monotheisme. Tingkat pikir yang kedua ini disebut dengan tingkat pikir atau tingkat berpikir transendental religius.⁴¹

Sedangkan menurut Mar'at, bahwa apabila tingkat pikir mencapai tingkat kepercayaan serta keyakinan yang tidak sejalan dengan ajaran

agama tertentu, maka akan terjadi sikap keagamaan yang menyimpang, baik dalam diri orang per orang (*individu*) maupun kelompok ataupun masyarakat. Terjadinya sikap keagamaan yang menyimpang berkaitan erat dengan perubahan sikap tersebut antara lain teori stimulus dan respons, teori sosial, teori konsistensi dan teori fungsi.

Teori stimulus dan respon memandang manusia sebagai organisme menyamakan perubahan sikap dengan proses belajar. Menurut teori ini ada tiga variabel yang mempengaruhi terjadinya perubahan sikap itu, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan. Perubahan sikap dapat terjadi, jika seseorang atau kelompok memiliki perhatian, memahami dan menerima objek. Jadi perubahan sikap sepenuhnya tergantung pada kemampuan lingkungan untuk menciptakan stimulus yang dapat menimbulkan respons. Hal ini menunjukkan untuk mengubah sikap diperlukan kemampuan untuk merekayasa objek sedemikian rupa hingga menarik perhatian, memberi pengertian hingga dapat diterima.

Teori sosial melihat perubahan sikap dari pendekatan psikologis sosial. Menurut teori ini perubahan sikap dari pendekatan ditentukan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi perubahan sikap ini adalah persepsi sosial, posisi sosial dan proses belajar sosial. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas faktor penguatan (*reinforcement*), komunikasi persuasif dan harapan yang diinginkan.

Teori konsistensi ialah bahwa perubahan sikap merupakan proses yang terjadi pada diri seseorang dalam upaya untuk mendapatkan keseimbangan antara sikap dan perbuatan. Berdasarkan berbagai pertimbangan, maka seseorang kemudian memilih sikap tertentu sebagai dasar untuk bereaksi atau bertingkah laku. Perubahan sikap yang dihubungkan dengan sikap keagamaan yang menyimpang menurut teori konsistensi ini terdapat dalam kasus-kasus konversi agama. Konversi pada dasarnya bersumber dari konflik yang terjadi dalam diri seseorang. Konflik tadi pada tingkat tertentu menimbulkan semacam kegelisahan batin sebagai persoalan yang harus mendapat pemecahan. Selanjutnya timbul beberapa kemungkinan untuk dijadikan pertimbangan dalam menemukan jalan ke luar. Pemilihan jalan keluar yang cocok dan tepat biasanya adalah yang paling dapat memberikan ketenangan batin bagi yang bersangkutan.

Teori fungsi yaitu perubahan sikap seseorang dipengaruhi oleh kebutuhan seseorang. Dalam teori ini bahwa terjadinya perubahan sikap tidak berlangsung secara serta merta, melainkan melalui suatu proses

penyimpangan diri dengan lingkungan. Keseimbangan tersebut merupakan penyesuaian diri dengan kebutuhan.⁴²

Dari berbagai penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dan suksesnya suatu dakwah sebagai proses Islamisasi atau perubahan sikap dari perilaku yang batil kepada perilaku yang haq, maka mutlak diperlukan adanya pendekatan psikologis untuk mencapainya tujuan dakwah tersebut.

5. Pendekatan Sosiologis dan Psikologis Secara Terpadu dalam Dakwah

Yang paling dominan dan memiliki pengaruh besar bagi keberhasilan suatu misi dakwah terletak pada unsur manusianya. Dalam hal ini manusia berperan sebagai subjek sekaligus sebagai objek dakwah. Sehubungan dengan dakwah sebagai proses pembentukan watak manusia, maka bagi subjek dakwah baik sebagai individu atau kolektif (*lembaga*) dalam rangka pembentukan watak tersebut agar lebih memungkinkan tercapainya tujuan dakwah perlu ditempuh pendekatan sosiologis dan psikologis. Oleh sebab itu subjek dakwah pada hakikatnya adalah berperan sebagai sosiologi dan psikologi dakwah itu hanya sekedar sebagai alat bantu bagi juru dakwah itu sendiri atau boleh disebut sebagai langkah strategis.

Juru dakwah dalam kepiantasnya sebagai sosiolog mengandung pengertian bahwa apabila sosiologi hendak dikembangkan sebagai ilmu yang mempunyai kegunaan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki penyakit-penyakit sosial, maka diperlukan kemandirian intelektual dan kepekaan sosial yang sangat mantap. Kemandirian intelektual dan kepekaan sosial merupakan dua hal yang saling berkaitan. Agar seseorang sosiolog dapat mandiri, maka harus mampu untuk bersikap netral dalam arti tidak berpengaruh oleh faktor pribadi, pekerjaan maupun lingkungan sosialnya.⁴³

Kunci keberhasilan dakwah adalah tergantung kepada terpenuhinya syarat atau hal yang teramat penting dan urgen yang melekat diberbagai aspek dakwah yang saling terkait dan menunjang satu sama lainnya. Adanya da'i pada dasarnya merupakan nara sumber dalam kegiatan dakwah. Salah satu syarat yang paling esensi baginya adalah ketinggalan moral, akhlaq atau budi pekerti, sebab dia akan dijadikan panutan dan teladan bagi sasaran dakwahnya. Materi dakwah yang baik seiring dan searah dengan kondisi sasaran/objek dakwah yang dituju. Materi dakwah tersebut paling tidak yang menjadi ukurannya adalah dapat diterima/dipahami dengan mudah oleh pendengarnya (*mad'unya*).

Da'i ketika melakukan pemetaan atau pembuatan rumusan agar tercapai tujuan yang hendak diraihinya harus memperhatikan kondisi masyarakat dakwahnya. Untuk itu, diperlukan observasi terhadap masyarakat yang akan didakwahi sesuai dengan aspek-aspek kehidupan yang dialami oleh masyarakat tersebut meliputi aspek sosial ekonomi, sosial budaya, sosial politik, sosial agama dan aspek sosial lainnya. Lingkungan dakwah juga menentukan keberhasilan dakwah dan kegiatan dakwahnya terletak pada adanya materi dakwah yang sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakatnya. Oleh karena itu, sasaran kegiatan dakwah adalah seluruh anggota masyarakat dengan segala macam bentuknya.

Dakwah lebih komunikatif diperlukan suatu analisis psikologik terhadap sasaran atau objek dakwah secara tepat, sebab setiap sasaran dakwah memiliki ciri-ciri tersendiri yang memerlukan suatu kebijakan dakwah dalam penyampaian, baik menyangkut masalah metodologi maupun kerangka konseptualnya. Lebih dari itu, kemampuan mempengaruhi objek dakwah merupakan sesuatu yang niscaya.

Faktor kemampuan mempengaruhi dalam kegiatan dakwah itu terletak pada potensi yang dimiliki oleh da'i. Potensi tersebut berbentuk potensi bawaan (*nativis*) dan pengalaman (*empiris*).

Seorang da'i di samping keahliannya juga karena adanya bawaan (*bakat*) nya dalam berdakwah. Faktor bakat berdakwah juga ikut berpengaruh terhadap *mad'unya* tanpa melihat latar belakang pendidikannya. Bentuk kemampuan bawaan ini merupakan kemampuan dari dalam.

Sedangkan kemampuan empiris adalah hasil pendidikan yang ditempuh oleh da'i baik yang berkaitan dengan kemampuan bawaan maupun tidak atau lepas sama sekali. Kemampuan empiris yang diperoleh melalui pengalaman paling tidak berwujud.

Kemampuan psikologi artinya kemampuan da'i untuk mengenal hakikat kejiwaan *mad'unya* agar da'i dapat secara efektif berhubungan dengan *mad'unya*, sehingga dapat menerima materi dakwah yang disampaikan. Adanya kemampuan psikologik yang dimiliki da'i akan meningkatkan profesi dakwahnya yang pada gilirannya dakwah tersebut mudah diterima dan dapat mengubah sikap dan kepribadian *mad'unya*.

Kemampuan sosiologi adalah kemampuan da'i dalam menelaah dan menganalisis kehidupan bersama manusia serta akibat-akibatnya yang mungkin dilanjutkan dengan suatu proyeksi. Interaksi sosial yang merupakan suatu hubungan di mana terjadi proses saling pengaruh mempengaruhi antara para individu, antara individu dengan kelompok,

maupun antar kelompok sebagai suatu lingkup sosiologi berintikan pada komunikasi. Beberapa aspek sosiologi komunikasi yang berkaitan dengan sasaran dakwah perlu dijadikan bahan pertimbangan oleh da'i. Misalnya, ketika seorang da'i akan menghadapi masyarakat tertentu yang terdiri dari lebih satu orang dengan jumlah kadang-kadang tidak dapat ditentukan batas-batasnya. Seringkali masyarakat tersebut mempunyai derajat heterogenitas (keaneragaman) yang relatif tinggi. Heterogenitas itu mungkin dapat ada dilihat dari sudut kebudayaan khusus yang dianut, orientasi politik yang berbeda, latar belakang pendidikan formal dan informal yang berlainan, agama yang tidak sama, suku yang tidak beragama. Masyarakat yang dihadapi mungkin juga mempunyai masalah yang berbeda, taraf kecerdasan yang berbeda-beda atau karena pengalaman dan taraf peluang pergaulan yang terbatas. Da'i dalam menghadapi masyarakat yang beraneka ragam latar belakang masalahnya, dia harus mampu membuat tolak ukur yang seragam terlebih dahulu. Dari sekian banyak perbedaan pasti ada hal-hal yang sama. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah meminta data mengenai masyarakat yang akan dihadapi itu. Tidak perlu dicari data yang lengkap, cukup beberapa catatan awal saja, sehingga da'i tidak buta sama sekali mengenai orang-orang yang dihadapinya.

Upaya menciptakan kondisi masyarakat agar menjadi pendengar yang baik, mula-mula seorang da'i harus biasa menetralkan gangguan yang berasal dari orang-orang yang hadir karena iseng belaka. Di samping itu ada beberapa hal yang menjadi halangan-halangan untuk dapat menjadi pendengar yang baik adalah :

- Kesulitan mendengarkan apa yang dibicarakan, karena sebab teknis misalnya sound sistem yang tidak berfungsi atau karena sebab-sebab medis.
- Gangguan dalam pandangan
- Hal-hal yang mengalihkan perhatian, misalnya kebisingan
- Kelelahan atau keadaan sakit
- Ruang lingkup perhatian yang sempit
- Ada pekerjaan yang belum terselesaikan
- Waktu yang serba terbatas
- Melamun, dsb

Bagi seorang da'i agar pesan-pesan yang disampaikannya dapat diterima sasaran dakwah, maka perlu ditempuh : *pertama*,. seorang da'i harus dapat memberikan pengantar yang menarik perhatian masyarakat. Pengantar yang menarik itu bertujuan untuk menciptakan suasana yang menyenangkan bagi objek dakwah. Karena itulah pentingnya seorang da'i

memperoleh data awal sebelum terjun dalam kegiatan dakwah. *Kedua*, seorang da'i harus dapat menciptakan bawaan. Dalam hal ini dititik beratkan aspek spiritual bukan karena jabatan resmi yang diduduki. Dan termasuk yang perlu diperhatikan adalah soal penampilan (fisik) serta yang lebih penting lagi adalah sikap tindak nyata dari seorang da'i atau penampilannya yang simpatik. *Ketiga*, seorang da'i harus menciptakan landasan pengetahuan yang sama. Dalam hal ini seorang da'i seyogyanya menyesuaikan taraf pengetahuannya dengan fisik masyarakat objek dakwah. Kalau itu sudah tercipta, barulah seorang da'i berusaha menggiring masyarakat ke taraf pengetahuan yang lebih tinggi dengan jalan membantu mereka untuk berkehidupan sehari-hari.

Lebih lanjut, bila seorang da'i ingin melakukan pembaharuan, maka pertama-tama yang harus dilakukannya adalah mengembangkan suasana yang diperlukan suatu perubahan. Kadang-kadang seorang da'i perlu menyadarkan masyarakat bahwa ada sesuatu yang harus diubah untuk mencapai tingkat kehidupan tertentu. Mula-mula da'i mengemukakan masalah yang sama-sama dihadapi, lalu dia berupaya untuk meyakinkan masyarakat, bahwa mereka mempunyai kemampuan untuk mengubah keadaan, agar menjadi lebih baik, setelah idenya diterima, maka seorang da'i harus dapat menciptakan keadaan yang baik, artinya masyarakat mulai menghargai dia, sehingga hubungan yang serasi itu tetap dipelihara. Pada langkah berikutnya, da'i mencoba dan mengajak masyarakat untuk mengadakan diagnosis terhadap keadaan yang dihadapi. Dalam tahap ini harus dijelaskan mengapa timbul masalah, dan mengapa selama ini masalah-masalah tersebut tidak dapat ditanggulangi. Kemudian, seorang da'i berusaha untuk menanamkan keinginan, agar keadaan yang dihadapi dapat diubah. Maksudnya, pesan yang disampaikan da'i memberikan dorongan kepada masyarakat sehingga mereka berkeinginan atau berhasrat yang kuat untuk mengubah keadaan yang pada suatu waktu keinginan tadi akan berubah menjadi tindakan-tindakan nyata. Dalam hal ini, da'i sepantasnya memberikan penjelasan tentang keuntungan dan kerugian sebagai akibat dari terjadinya perubahan itu. Sudah tentu, perubahan yang terjadi akan mengakibatkan lebih banyak keuntungannya dari pada kerugiannya. Dengan cara demikian terbentuklah opini masyarakat yang positif.

Jelaslah bahwa faktor yang menunjang terhadap keberhasilan kegiatan dakwah, peran da'i sangat dominan di mana dia harus mengetahui atau memahami aspek-aspek sosiologis dan psikologis kehidupan masyarakat.⁴⁴

6. Langkah strategi dalam Dakwah

Strategi dakwah yang tepat berkaitan dengan objek yang dihadapi harus menggunakan teknik-teknik tertentu. Bila objek yang dihadapi masyarakat desa, maka teknik yang digunakan adalah dakwah secara persuasif dimana objek dakwahnya diarahkan untuk kemajuan dan peningkatan masyarakatnya, sehingga masyarakat mampu menata kembali pemahaman agama sejalan dengan apa yang dihadapi mereka. Di samping itu dapat digunakan pula dakwah secara informatif yakni memberikan pemahaman agama secara luas. Untuk itu, materi dakwah yang relevan untuk disampaikan oleh da'i adalah materi yang mampu mengangkat masyarakat desa dari ketinggalan dan mengangkat/memperbaiki tingkat kehidupan mereka searah dengan sumber daya yang dimiliki baik sumber daya alam maupun sumber daya manusianya. Dengan demikian strategi dakwah yang tepat untuk diterapkan adalah bentuk dakwah bil hal dan dakwah bil lisan.

Bila objek yang dihadapi masyarakat kota, maka teknik yang digunakan adalah dakwah secara persuasif dan inovatif. Pendekatan persuasif adalah sebagai upaya memasukan ajaran agama selaras dengan kepentingan masyarakat tersebut. Masyarakat kota dikategorikan sebagai masyarakat inovatif, karena umumnya mereka senantiasa berfikir ke depan. Pendekatan inovatif dilakukan dengan prinsip-prinsip presfektif kemajuan. Masyarakat didudukan sebagai subjek yang dapat berkembang dengan kemajuan sendiri. Konsep dakwah pada masyarakat kota yang tepat adalah dakwah yang sesuai adalah dakwah mampu meningkatkan kemajuan dan mampu mengadakan perubahan yang lebih kondusif bagi lingkungannya. Dalam kegiatan dakwah pada masyarakat kota ini akan lebih sesuai apabila menggunakan media dakwah yang relevan dengan kesibukan kota, seperti media cetak, kaset, video, televisi, disket komputer dan sebagainya.

Bila objek yang dihadapi masyarakat terbelakang, maka tehnik yang digunakan melakukan perubahan dikalangan masyarakat ini dengan yang menempuh model pengembangan secara evolusi, selaras dan persuasif. Dalam hal mengubah mereka harus dengan potensi yang ada pada mereka baik dalam bentuk sumber daya alam maupun sumber daya manusiana. Dakwah pembanguna dengan pendektan evolusi harus menjadi alternatif.

Bila objek yang dihadapi masyarakat industri, maka tekhnik yang digunakan penyampaian ajaran agama harus realistik dan rasional selaras dengan tingkat pemikiran atau peradabannya. Pilihan yang tepat untuk berdakwah pada masyarakat ini adalah dakwah konseptual yang mengarah kepada penarikan makna agama kaitannya dengan apa yang

mereka hadapi. Untuk mengantisipasi kondisi masyarakat industri ini langkah yang tepat diadakannya semacam biro konsultasi keagamaan yang mengacu kepada kebutuhan masyarakat tersebut. Di samping itu, pola dakwah *home to home* bisa dilaksanakan sebagai *way out* mengatasi kesibukan masyarakat untuk mengejar kepentingan hidupnya. Da'i yang ditampilkan adalah da'i yang memiliki wawasan luas tentang agama.⁴⁵

Pada dewasa ini *amar ma'ruf* dan *nabi munkar* diperlukan kekuatan, kekuasaan dan kewibawaan, maka hal tersebut harus dibangun dalam tatanan yang mampu mengemban misi Islam, sehingga sentuhan dan nilai-nilai Islam harus mampu menyentuh wilayah kekuasaan yang memiliki wewenang pengambilan keputusan. Dalam hal ini yang paling strategis adalah dakwah di kalangan eksekutif dengan tanpa mengabaikan objek dakwah lainnya.

Sumargono menyebutkan, ada tiga wilayah sasaran dakwah dalam membangun kekuatan Islam yaitu :

1. Dakwah untuk kalangan kaum dhu'afa, di mana sebagai objek dakwah adalah kelompok masyarakat fuqara dan masakin, di sini lebih berorientasi kepada pengabdian. Di samping nilai-nilai yang perlu disampaikan, namun perlu pula membangun kehidupan sosial dan ekonominya.
2. Dakwah untuk kalangan kelompok masyarakat menengah yang memiliki potensi dalam membangun dan pengembangan estafeta juru dakwah lebih menekankan kepada *human investment*, magang dan kaderisasi.
3. Dakwah di kalangan eksekutif, dimana apabila sentuhan dakwah telah menyentuh pada kelompok ini, maka akan sangat mudah melakukan mobilisasi dana (*amwal*) dan memanfaatkan kewenangan untuk kepentingan dakwah (*anfus*).⁴⁶

Proses dakwah di kalangan eksekutif, juru dakwah harus dapat membaca keadaan, di mana agama seringakli cenderung dipelajari secara rasional teoritik, sehingga agama lebih sebagai ilmu atau informasi dari pada pandangan dan pedoman hidup dan akhirnya memunculkan pandangan dikhotomik atau alenasi antara kehidupan beragama dengan kehidupan sosial dan profesional. Oleh karena itu perlu diketahui aspek-aspek yang subtansial yang ahrus ditegakkan dalam rangka mengukuhkan bangunan kebangkitan ummat termasuk di kalangan eksekutif ini, yaitu sebagai berikut :

1. Aspek Ruhiyah

Aspek ruhiyah merupakan elemen yang pertama dan utama yang harus diperhatikan. Aspek ruhiyah ini tercermin dalam tiga hal : *Pertama*,

aqidah yang lurus, yaitu aqidah yang bersih dan sehat. Aqidah ini bercirikan dinamis dan aktif, jauh dari sifat statis dan jumud. Mereka senantiasa menjalani yang kuat dengan Allah selalu ikhlas dalam setiap aktivitasnya. *Kedua*, akhlaq yang terpuji, yaitu akhlaq Islam yang digariskan Allah dan dirincikan oleh Rasulallah dalam sunnahnya. Ciri orang yang memiliki akhlaq adalah kemauannya yang keras, berani, sabar, ulet, mempunyai semangat dan komitmen yang tinggi, rela berkorban, memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi dan mampu mengendalikan diri. Selain itu, ia selalu menghiasi dirinya dengan sifat-sifat kemuliaan seperti dermawan, murah hati, lapang dada, jujur tepat janji dan amanah. *Ketiga*, ibadah yang benar, yaitu pengabdian dan kebaktian hanya kepada Allah saja, tidak kepada yang lainnya. Ibadah yang benar akan tercermin dalam ketaatan dan kesetiaan dalam menjalankan perintah Allah serta menjauhi segala laranganNya.

Ketiga faktor di atas merupakan dimensi internal yang juga harus disentuh, sehingga nilai-nilai Islam dapat terwujud dalam pribadi para eksekutif dalam kehidupan sehari-hari, baik di rumah bersama keluarganya, maupun di tempat kerja dalam hubungannya sesama teman sekerja.

2. Aspek Pemahaman

Aspek pemahaman inilah yang berfungsi sebagai pengendali bagi kekuatan ruhiyah. Semangat yang tinggi harus dibarengi dengan pemahaman yang baik, sebaliknya, pemahaman dan ilmu yang menumpuk perlu mendapat rangsangan agar senantiasa hidup dan membawa manfaat kepada ummat manusia. Ummat Islam termasuk para eksekutif mesti dibekali dengan pemahaman yang jelas, menyeluruh dan benar. Pemahaman yang parsial terhadap Islam, akan menuntun ummat ini berjalan ke arah yang keliru.

Dakwah Islam bukanlah hanya sekedar dialog verbal atau lisan, tetapi juga non verbal atau dakwah bil hal untuk menumbuhkan cinta dan kesadaran para eksekutif. Pesan dakwah yang disampaikan pun tidak hanya nilai normatif saja, melainkan perlu juga dikaitkan dengan aspek lainnya yang lebih aplikatif, sehingga kesadaran mereka terhadap Islam dapat lebih terpatri dan menggerakkan mereka untuk mewujudkan tindakan-tindakan nyata.⁴⁷

C. Penutup

Dari uraian yang telah penulis paparkan dalam tulisan ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Sistem pengelolaan dakwah harus terencana dan terprogram. Dengan memperhatikan kondisi objek dakwah (individu atau masyarakat), maka dakwah secara konvensional sudah semestinya dikembangkan sesuai dengan tingkat pemikiran dan kebutuhan mereka. Pendekatan dakwah indoktrinasi-meskipun masih tetap relevan-perlu diubah menjadi dialog kreatif. Dalam upaya tercapainya tujuan dakwah, maka juru dakwah dituntut untuk dapat meningkatkan diri dengan menguasai berbagai ilmu pengetahuan, sehingga dia memiliki wawasan yang luas, terlebih lagi menguasai ilmu tentang teknik-teknik berdakwah termasuk di dalamnya mengetahui sosiologi dan psikologi dakwah.
2. Pelaksanaan dakwah akan selalu melibatkan manusia baik secara individu atau kelompok. Manusia dalam kehidupan sosialnya melahirkan adanya situasi sosial yang besar pengaruhnya kepada sikap dan tingkah laku. Proses Islamisasi yang dilakukan oleh subjek dakwah diperlukan pengetahuan dan penguasaan tentang ilmu dakwah dan berbagai permasalahannya.
3. Sosiologi dan psikologi dakwah, keduanya sebagai ilmu yang mempelajari tentang tingkah laku manusia. Pada sosiologi dakwah titik tekannya pada situasi dan kondisi sasaran dakwah, sedangkan psikologi dakwah titik tekannya pada karakter/kejiwaan sasaran dakwah yang berbeda antara satu dengan lainnya. Kedua ilmu ini saling ada keterkaitan, sulit untuk dapat dipisahkan, karena keduanya sebagai perangkat dakwah yang esensial dan termasuk pada lingkup metodologi dakwah *bil hikmah*. Dakwah bil hikmah artinya dakwah yang dilakukan dengan terlebih dahulu memahami secara mendalam segala persoalan yang berhubungan dengan proses dakwah yang meliputi persoalan sasaran dakwah, tindakan yang akan dilakukan, masyarakat yang menjadi objek dakwah, situasi, tempat dan waktu di mana dakwah akan dilaksanakan.
4. Subjek dakwah sebagai bagian dari anggota masyarakat, keberadaannya tetap bergantung kepada individu-individu lainnya yang harus saling berinteraksi. Oleh sebab itu, subjek dakwah tidak akan lepas dari penilaian sasaran dakwah baik segi positif maupun negatifnya. Hal itu dapat berpengaruh kepada sukses dan gagalnya suatu misi dakwah. Dengan demikian, dalam rangka menunjang keberhasilan kegiatan dakwah, bagi subjek dakwah harus memiliki dua kompetensi, yakni kompetensi substantif, yaitu berupa kondisi-kondisi subjek dakwah dalam dimensi idealnya dan kompetensi metodologis, yaitu berupa kondisi-kondisi subjek dakwah yang berkaitan dengan aspek metodologi atau keterampilan profesi-

onalnya. Kepribadian subjek dakwah sangat dominan pula sebagai faktor yang menunjang keberhasilan dakwah. Kepribadian ini ada yang bersifat *physis* (jasmaniah) meliputi sehat jasmani dan berpenampilan, ada pula yang bersifat psikologis, meliputi sifat, sikap dan kemampuan pribadi seorang da'i.

5. Kegiatan dakwah yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan sosiologis untuk ditujukan kepada perseorangan, maka bagi subjek dakwah terlebih dahulu harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi sasaran dakwah yang kemungkinannya bisa disebabkan oleh faktor usia, idiologi, status sosial atau status ekonominya. Sedangkan kegiatan dakwah yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan psikologisnya, maka bagi subjek dakwah harus mengetahui tipe-tipe yang melekat pada sasaran dakwah.
6. Dakwah Islam tidak dapat dilepaskan dari setting kemasyarakatan yang ada. Oleh karena itu, subjek dakwah (da'i) dituntut untuk secara jeli dan cerdas memahami kondisi masyarakat yang dihadapi, sehingga dia dapat memilih dan menentukan metode dakwah mana yang tepat untuk diterapkan.

Dengan mengetahui dan mendalami situasi dan kondisi masyarakat menurut analisa psikologis, maka subjek dakwah harus dapat meyakinkan sasaran dakwah, agar mereka bersedia menerima kebenaran agama dan mengaplikasikannya dalam psilaku konkrit yang positif, sehingga ada akhirnya dapat tercipta kondisi masyarakat yang sejahtera dan bahagia baik lahir maupun batin.

7. Aktifitas dakwah tidak hanya ditunjukkan kepada kalangan bawah dan menengah, melainkan harus menembus kalangan elit dan eksekutif. Sebab dikalangan mereka, agama seringkali cenderung dipelajari secara rasional teoritik, sehingga agama tidak lebih hanya sebagai ilmu dan informasi bukan sebagai pandangan dan pedoman hidup. Karena para eksekutif memiliki kekuatan, kekuasaan dan kewibawaan serta mereka memiliki kewenangan dalam mengambil keputusan, maka dampak yang ditimbulkannya bisa menguntungkan dan bisa pula merugikan. Agar dapat memberikan keuntungan bagi kebangkitan ummat ini, para eksekutif perlu disentuh oleh dakwah dengan menanamkan dua aspek penting yaitu aspek ruhiyah (aqidah yang lurus, akhlaq yang terpuji dan ibadah yang benar) dan aspek pemahaman terhadap Islam secara jelas, menyeluruh dan benar, bukan pemahaman yang parsial dan keliru. Dakwah yang ditujukan kepada mereka pada intinya tidak hanya menyampaikan nilai-nilai normatif, melainkan perlu dikaitkan dengan aspek lainnya yang lebih aplikatif.

yang lurus, akhlaq yang terpuji dan ibadah yang benar) dan aspek pemahaman terhadap Islam secara jelas, menyeluruh dan benar, bukan pemahaman yang parsial dan keliru. Dakwah yang ditujukan kepada mereka pada intinya tidak hanya menyampaikan nilai-nilai normatif, melainkan perlu dikaitkan dengan aspek lainnya yang lebih aplikatif.

Demikian, semoga tulisan ini dapat bermanfaat.

Catatan dan Referensi:

- ¹ Syafi'i Ma'arif, *Membumikan Islam*, Cet. I, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1995, hal 176.
- ² Munir Mul Khan, *Teologi Kebudayaan dan Demokrasi Modernitas*, Cet. I Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1995, hal 26-31
- ³ Hasan Syadli, *Sosiologi untuk Masyarakat Indonesia*, Cet. XI, PT. Bina Aksara, Jakarta, hal. 1.
- ⁴ Ahmad Amin, *Al-Akhlaq* Alih bahasa Farid Ma'arif, *Etika*, Cet. VII, Bulan Bintang Jakarta, 1993, hal : 8
- ⁵ Hamzah Yakub, *Etika Islam*, Cet. VI, CV. Ponegoro, Bandung, 1993, hal.20
- ⁶ Geringan, *Psikologi Sosial*, cet. XIII, Erisco, Bandung, 1996, hal 1
- ⁷ Jamaluddin Kafi, *Psikologi Dakwah*, Cet. I, Indah, Surabaya, 1993, Hal. 23
- ⁸ Hamzah Yakub, *Loc Cit*.
- ⁹ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Cet. II Gaya Media Pratama, Jakarta, 1997, hal. 31
- ¹⁰ Jamaluddin Kafie, *Op. Cit*. Hal. 29
- ¹¹ Toto Tasmara, *Op.Cit*. Hal. 32
- ¹² *Ibid*, hal. 32
- ¹³ Jamaluddin Kafi, *Op.Cit*, hal. 7-9
- ¹⁴ Asmuni Syakir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, Cet. I, Al-Ikhlash, Surabaya, 1983, hal. 65- 66
- ¹⁵ Rosyad Sholeh, *Manajemen Dakwah Islam*, Cet. III, Bulan Bintang, Jakarta, 1993. Hal.72.
- ¹⁶ *Ibid*, hal. 73
- ¹⁷ Toto Tasmara, *Op Cit*. Hal. 68-69
- ¹⁸ Jamaluddin Kafi. *Op.Cit*, hal. 44-45
- ¹⁹ Slamet Muhaimin Abda, *Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah*, Cet. I Usaha Nasional, Surabaya, 1994, hal. 52
- ²⁰ PP. Muhammadiyah Majelis Tabligh, *Islam dan Dakwah Pergumulan antara Nilai dan Realitas*, Cet. I, PP Muhammadiyah, Yogyakarta, 1987, hal. 96-97
- ²¹ Asmuni Syakir, *Op.Cit*, Hal 96-97
- ²² Slamet Muhaemin Abda, *Op Cit*, hal. 54
- ²³ *Ibid*, ha. 19-22
- ²⁴ Hasan Syadly, *Op Cit*, hal. 17

- ²⁵ Asmuni Syukir, *Op Cit*, hal. 79-91
- ²⁶ Slamet Muhaemin Abda, *Op Cit*, hal. 16-18
- ²⁷ Datuk Tombak Alam, *Kunci Sukses Penerangan Dan Dakwah*, Cet. II, Rineka Cipta, Jakarta, 1990, hal. 15
- ²⁸ Jalaluddin, *Psikologi Agama*, Cet. II. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997, hal. 230
- ²⁹ Amrullah Ahmad, Ed, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, cet. I, Prima Duta, Yogyakarta, 1983, hal. 306
- ³⁰ PP. Muhammadiyah, *Op. Cit*, hal. 140
- ³¹ Datuk Tombak Alam, *Op.Cit*, hal. 16
- ³² Zaid Abdul Karim Az-Zaid, *Al-Hikmah Fiddakwah ilallah*, alih bahasa Kathur Suhardi, *Dakwah bil Hikmah*, Cet. I, Pustaka Al-Kautsar, 1993, hal. 88-89
- ³³ Asmuni Syukir, *Op.Cit*. hal. 33
- ³⁴ *Ibid*, hal. 35-48
- ³⁵ Slamet Muhaemin Abda, *Op.Cit*, hal. 35
- ³⁶ Jalaluddin, *Op.Cit*, Hal. 151-157
- ³⁷ *Ibid*, hal. 159-160
- ³⁸ Jamaluddin Kafi, *Op Cit*, hal. 49-58
- ³⁹ Jalaluddin, *Op.Cit*, hal. 186
- ⁴⁰ *Ibid*, hal. 193
- ⁴¹ *Ibid*, hal. 195-199
- ⁴² Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengertian*, Cet XXIII, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997, hal. 469
- ⁴³ *Ibid*, hal. 440-441
- ⁴⁴ Bahri Gozali, *Dakwah Komunikatif*, Cet. I. Pedoman Ilmu Jaya, Jakarta, 1997, hal. 8-59
- ⁴⁵ Ahmad Sumargono, *Dakwah Untuk Kalangan Eksekutif, dalam Berita Resmi Muhammadiyah*, No. 8/1995-2000 Nopember 1996. Hal. 35-36
- ⁴⁶ AM. Saefuddin, *Dakwah untuk Kalangan Eksekutif,, dalam Berita Resmi Muhammadiyah*, No. 08/1995-2000 Nopember 1996, hal. 31-33

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Amin, *Al-Akhlak* Alih bahasa Farid Ma'arif, *Etika*, Cet. VII, Bulan Bintang Jakarta, 1993, Hamzah Yakub, *Etika Islam*, Cet. VI, CV. Ponegoro, Bandung, 1993
- Ahmad Sumargono, *Dakwah Untuk Kalangan Eksekutif, dalam Berita Resmi Muhammadiyah*, No. 8/1995-2000 Nopember 1996.
- AM. Saefuddin, *Dakwah untuk Kalangan Eksekutif,, dalam Berita Resmi Muhammadiyah*, No. 08/1995-2000 Nopember 1996.
- Amrullah Ahmad, Ed, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, cet. I, Prima Duta, Yogyakarta, 1983.

- Asmuni Syakir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, Cet. I, Al-Ikhlash, Surabaya, 1983
- Bahri Gozali, *Dakwah Komunikatif*, Cet. I. Pedoman Ilmu Jaya, Jakarta, 1997
- Datuk Tombak Alam, *Kunci Sukses Penerangan Dan Dakwah*, Cet. II, Rineka Cipta, Jakarta, 1990
- Geringan, *Psikologi Sosial*, cet. XIII, Erisco, Bandung, 1996
- Hasan Syadli, *Sosiologi untuk Masyarakat Indonesia*, Cet. XI, PT. Bina Aksara, Jakarta,
- Jalaluddin, *Psikologi Agama*, Cet. II. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997
- Jamaluddin Kafi, *Psikologi Dakwah*, Cet. I, Indah, Surabaya, 1993
- Munir Mulkhan, *Teologi Kebudayaan dan Demokrasi Modernitas*, Cet. I Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1995,
- PP. Muhammadiyah Majelis Tabligh, *Islam dan Dakwah Pergumulan antara Nilai dan Realitas*, Cet. I, PP Muhammadiyah, Yogyakarta, 1987
- Rosyad Sholeh, *Munajemen Dakwah Islam*, Cet. III, Bulan Bintang, Jakarta, 1993.
- Slamet Muhaimin Abda, *Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah*, Cet. I Usaha Nasional, Surabaya, 1994
- Soerjono Sockanto, *Sosiologi Suatu Pengertian*, Cet XXIII, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997
- Syafi'i Ma'arif, *Membumikan Islam*, Cet. I, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1995,
- Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Cet. II Gaya Media Pratama, Jakarta, 1997,
- Zaid Abdul Karim Az-Zaid, *Al-Hikmah Fiddakwah ilallah*, alih bahasa Kathur Suhardi, *Dakwah bil Hikmah*, Cet. I, Pustaka Al-Kautsar, 1993

Zakaria Syafe'i adalah Kepala P3M dan Dosen STAIN Sultan Maulana Hasanudin Banten, Serang