

Strategi Perencanaan Dakwah: Menghadapi Perubahan Sosial di Era Globalisasi

Muh. Mirwan Hariri¹, Shofia Rahmadani²

Komunikasi penyiaran islam, Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia

e-mail: haririmirwan17@gmail.com, shofiarhm3@gmail.com

Abstract

Perubahan sosial akibat globalisasi menimbulkan tantangan baru dalam proses dakwah Islam, terutama dalam hal strategi komunikasi, nilai yang dihadapi, dan karakteristik mad'u yang semakin kompleks. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji teknik perencanaan dakwah yang efektif dalam menghadapi perubahan sosial di era globalisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur sebagai metode pengumpulan data. Hasil kajian menunjukkan bahwa perencanaan dakwah yang responsif harus berbasis riset sosial, segmentasi mad'u, pemanfaatan teknologi digital, dan evaluasi berkelanjutan. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan strategis, adaptif, dan kontekstual dalam merancang program dakwah masa kini.

Kata Kunci: perencanaan dakwah, perubahan sosial, globalisasi, strategi dakwah, media digital

Abstract

Social changes due to globalization pose new challenges in the process of Islamic da'wah, especially in terms of communication strategies, values faced, and increasingly complex characteristics of mad'u. This article aims to examine effective da'wah planning techniques in dealing with social changes in the era of globalization. This study uses a descriptive qualitative approach with literature studies as a method of data collection. The results of the study indicate that responsive da'wah planning must be based on social research, mad'u segmentation, utilization of digital technology, and continuous evaluation. These findings emphasize the importance of a strategic, adaptive, and contextual approach in designing today's da'wah programs.

Keywords: preaching planning, social change, globalization, preaching strategy, digital media

PENDAHULUAN

Globalisasi sebagai fenomena lintas batas telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, termasuk dalam ranah religiusitas. Arus informasi yang bebas, percampuran budaya, serta perubahan gaya hidup masyarakat telah membentuk lingkungan sosial baru yang menuntut pendekatan dakwah yang lebih adaptif dan profesional. Di tengah realitas ini, dakwah menghadapi tantangan serius, seperti individualisme, sekularisme, hingga krisis otoritas keagamaan.

Perencanaan dakwah menjadi urgensi dalam konteks tersebut. Bukan hanya sekadar rutinitas penyampaian pesan, namun dakwah harus dirancang dengan teknik yang berbasis data, analisis sosial, serta pemahaman psikososial mad'u (objek dakwah). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi teknik-teknik perencanaan dakwah yang efektif dan kontekstual dalam merespons perubahan sosial era global.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui pendekatan studi kepustakaan (library research). Analisis data dilakukan dengan cara membaca secara intensif, mencatat, dan mengelompokkan informasi berdasarkan tema, lalu merumuskan kesimpulan secara interpretatif.

Kriteria inklusi pustaka meliputi publikasi ilmiah yang membahas dakwah, perubahan sosial, komunikasi dakwah, dan strategi digital dalam konteks keislaman. Data dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan tematik untuk menemukan pola dan strategi dalam perencanaan dakwah yang relevan.

HASIL dan PEMBAHASAN

Tantangan Sosial di Era Globalisasi

Globalisasi membawa transformasi sosial yang cepat dan menyeluruh. Masyarakat mengalami perubahan nilai, norma, dan gaya hidup yang sebelumnya mapan. Dakwah Islam, yang selama ini identik dengan metode tatap muka dan verbalistik, kini dituntut untuk bersaing dalam ruang yang didominasi oleh visual, instan, dan digital.

Beberapa fenomena sosial yang menjadi tantangan utama dalam konteks ini antara lain:

- a) **Sekularisasi Gaya Hidup:** Banyak generasi muda mulai memisahkan nilai agama dari kehidupan sehari-hari, dengan alasan modernitas dan kebebasan individu.
- b) **Informasi Tanpa Filter:** Arus informasi digital menyulitkan masyarakat awam dalam membedakan mana dakwah yang benar dan mana yang bermuatan hoaks atau ekstremisme.

- c) **Krisis Identitas Religius:** Terutama di wilayah urban, pemuda Muslim kerap mengalami kebingungan identitas antara tuntutan agama dan budaya global.

Dakwah yang tidak mampu menjawab tantangan ini akan tertinggal dan berisiko kehilangan mad'unya.

Teknik Perencanaan Dakwah yang Relevan

Perencanaan dakwah tidak dapat dilakukan secara serampangan. Ia harus berbasis pendekatan ilmiah dan sosial. Berdasarkan analisis literatur dan studi kasus, terdapat beberapa teknik yang dianggap efektif:

a. Analisis Sosial dan Segmentasi Mad'u

Pemetaan sosial menjadi tahap awal perencanaan dakwah. Pekerjaan ini mencakup identifikasi:

- a) Tingkat pendidikan dan ekonomi masyarakat
- b) Platform media sosial yang dominan
- c) Isu-isu sosial dan keagamaan lokal

Segmentasi mad'u penting agar pesan dakwah disesuaikan dengan kebutuhan psikososial mereka. Contohnya:

Segmentasi	Isu Utama	Pendekatan Dakwah
Remaja kota	Krisis identitas	Konten inspiratif di TikTok, YouTube
Mahasiswa	Relativisme nilai	Dialog keagamaan berbasis rasionalitas
Masyarakat desa	Tradisionalisme	Dakwah kultural, pendekatan tokoh lokal

b. Penyusunan Tujuan Program yang SMART

Tanpa perumusan tujuan yang jelas, dakwah akan kehilangan arah. Tujuan program dakwah harus:

- a) **Spesifik:** Misalnya meningkatkan keikutsertaan remaja masjid.
- b) **Terukur:** Misalnya peningkatan kehadiran dari 20 menjadi 50 orang per pekan.

- c) **Tercapai dan realistis:** Disesuaikan dengan sumber daya.
- d) **Berbatas waktu:** Misalnya dicapai dalam waktu tiga bulan.

Contoh: “Meningkatkan partisipasi remaja dalam kajian Islam berbasis podcast sebanyak 40% dalam 6 bulan melalui distribusi konten audio di Spotify dan Instagram.”

c. Pemanfaatan Media Digital

Era digital menuntut transformasi metode dakwah. Berdasarkan temuan dari beberapa jurnal dan observasi lapangan, media dakwah yang paling efektif saat ini mencakup:

- a) **Video pendek** (Instagram Reels, TikTok): Menjangkau cepat dengan pesan padat.
- b) **Podcast dan YouTube:** Menyampaikan materi lebih panjang dan reflektif.
- c) **Infografis dan carousel:** Untuk dakwah edukatif yang ringan dan shareable.

Contoh sukses: Akun seperti @nuonline dan @pemudahijrah telah memiliki jutaan pengikut dan rutin menyajikan konten yang kontekstual dan spiritual sekaligus modern.

d. Evaluasi Program Dakwah

Evaluasi merupakan bagian penting dalam perencanaan berkelanjutan. Tanpa evaluasi, kegiatan dakwah akan stagnan. Teknik evaluasi meliputi:

- a) Survei kepuasan mad'u
- b) Jumlah views dan engagement digital
- c) Perubahan partisipasi dalam kegiatan offline

Evaluasi juga dapat menggunakan metode *focus group discussion* untuk memahami pengalaman langsung dari penerima dakwah.

Studi Kasus: Praktik Dakwah Adaptif di Indonesia

Beberapa organisasi dan komunitas dakwah telah berhasil menerapkan pendekatan ini secara inovatif:

- a) **Shift Indonesia** – Komunitas dakwah anak muda yang menggunakan storytelling dan konsep branding Islami dalam menyampaikan nilai-nilai Islam. Mereka menggabungkan fashion, media sosial, dan kajian untuk memperkuat identitas Muslim muda.
- b) **Sahabat Quran** – Mengadakan program tahfiz online berbasis aplikasi, menjangkau pengguna di daerah terpencil dan luar negeri, dengan pendekatan personalisasi dan pendampingan online.
- c) **Ustaz Digital (YouTube & TikTok)** – Para pendakwah seperti Ust. Hanan Attaki dan Ust. Adi Hidayat berhasil menjangkau jutaan orang melalui konten yang dikemas secara komunikatif dan kontekstual.

Dampak Strategi Dakwah Terencana terhadap Perubahan Sosial

Dakwah yang terencana dengan baik memiliki dampak transformasional terhadap masyarakat:

- a) **Meningkatkan literasi Islam digital**, mengurangi hoaks keagamaan.
- b) **Menumbuhkan kesadaran sosial**, seperti peduli lingkungan, toleransi antarumat, dan solidaritas ekonomi.
- c) **Menguatkan identitas Muslim moderat**, yang percaya diri di tengah budaya global.

Dakwah dalam bentuk ini tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga mentransformasikan kesadaran sosial secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

Rahmayani, M. T. I., & Ahmad, F. B. (2021). *Perencanaan Dakwah Dalam Menghadapi Perubahan Sosial Di Era Globalisasi*.

Ramdani, N., et al. (2023). *Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Menghadapi Tantangan Budaya Globalisasi*. Seminar Nasional Paedagoria.

Alwi, H. (2020). *Dakwah Cerdas Era Globalisasi Antara Tantangan dan Harapan*. Komunitas,

Nasution, K. U. (2023). *Dakwah Adaptif: Menyiasati Tantangan Komunikasi Islam di Lingkungan Pendidikan Multikultural*. Edu Global: Jurnal Pendidikan Islam.

Ghafur, W. A. (2020). *Dakwah Bil-Hikmah di Era Informasi dan Globalisasi*. Jurnal Ilmu Dakwah.