

Etika, Estetika dan Strategi Dakwah Di Pedesaan

Ethics, Aesthetics and Strategies of Rural Da'wah

Rohman

Institut Ummul Quro Al-islami, Bogor, Indonesia
romiy207@gmail.com

Abstract

This research aims to present and try to analyze what are the urgent components in dealing with rural communities so that da'wah messages can be accepted and practiced by them. Ethics, aesthetics and strategy have inseparable ties in conveying and spreading Islamic values in the world of da'wah. The methodology used in this research is qualitative, while the type is a literature study without involving field or laboratory observation analysis. The result is that the components of da'wah which include ethics, aesthetics, and da'wah strategies each have four components. Ethics, First, openness and tolerance, Second, exemplary. Third, justice. Fourth, caution in communication. Dawah aesthetics, First, language that is easy to understand. Second, creativity in message delivery. Third, respect for local traditions. Fourth, interesting delivery. And da'wah strategies, First, social and cultural mapping, Second, communal approach. Third, the role of local actors, and Fourth, contextualization of messages.

Keywords: Ethics, Aesthetics, Strategy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan dan berusaha menganalisis apa saja komponen yang urgensi dalam menghadapi masyarakat desa agar pesan dakwah dapat diterima dan diamalkan oleh mereka. Etika, estetika dan strategi mempunyai ikatan yang tidak dapat dipisahkan dalam menyampaikan dan menyebarkan nilai-nilai keislaman dalam dunia dakwah. Medologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif, sedangkan jenisnya yaitu studi pustaka tanpa melibatkan analisis observasi lapangan maupun laboratorium. Hasilnya ialah bahwa komponen dakwah yang meliputi etika, estetika, dan strategi dakwah masing-masing memiliki empat komponen. Etika, Pertama, keterbukataan dan toleransi, Kedua, keteladanan. Ketiga, keadilan. Keempat, kehati-hatian dalam berkomunikasi. Estetika dakwah, Pertama, bahasa yang mudah dipahami. Kedua, kreativitas penyampaian pesan. Ketiga, penghormatan terhadap tradisi lokal. Keempat, penyampaian yang menarik. Dan strategi dakwah, Pertama, mapping sosial dan budaya, Kedua, pendekatan komunal. Ketiga, peran aktor lokal, dan Keempat kontekstualisasi pesan.

Kata Kunci: Etika, Estetika, Strategi

Pendahuluan

Dakwah pada dasarnya ialah mentranformasi sikap, sifat, bentuk dan karakter sasaran dakwah ke arah yang penuh keharmonisan dan kerukunan serta perkuatan keimanan. Hal ini juga berlaku di wilayah mikro yaitu desa yang ruang lingkup nya kecil. Namun untuk menginternalisasikan nilai-nilai dakwah (keislaman) pada penduduk setempat dai di haruskan mempunyai kepekaan dalam melakukan akulturasi dengan mereka dengan tanpa menyinggung maupun mengganggu stabilitas aktivitas mereka.

Wilayah pedesaan di duduki oleh mereka berprofesi sebagai petani, nelayan, pedagang dan peternak yang secara keilmuan mereka masih dikatakan minim akan nilai keislaman. Keempat profesi ini termasuk pada kategori penduduk agraris yang mempunyai ketergantungan pada area subsisten, kehidupan sehari-sehari tidak lepas perladangan-persawaahan dan per-tegalan waktu mereka habis untuk mencari nafkah di sana. Setelah usai melaksanakan baik itu menanam, memanen, mengolah dan membajak mereka akan pulang untuk merehatkan badan mereka dan melaksanakan ibadah sholat baik di rumah maupun di masjid.

Oleh karenanya, sebagai dai harus memiliki insting kepekaan sosial terhadap aktivitas mereka para penduduk desa yang pada dasarnya untuk belajar ilmu agama sangat terbatas dikarenakan mereka sibuk dengan pekerjaan mereka di ladang, sawah, tegal dan pasar. Maka dari itu, dengan padatnya aktivitas mereka sebagai dai harus mencari waktu dan peluang untuk mengajarkan dan memasukkan nilai-nilai keislaman pada kehidupan mereka. Dai menjadi patron dan uswah yang akan di contoh oleh umat terutama para petani, peternak, nelayan, dan pedagang baik dari tindakan dan perkataan. Oleh karena itu dai di haruskan memiliki etika dalam mencerminkan sebagai tokoh yang akan dicontoh dan menjadi penutup, sedangkan estetika sebagai elemen penghias terhadap pesan yang akan disebarluaskan dengan berbagai kreatifitas dan inovatif sehingga pesan dakwah tidak monoton yang dapat membuat mad'u jenuh, bosan, dan males mendengarkan arahan, nasehat, tausiyah, dan ceramah. Sedangkan strategi sebagai motode pendekatan yang akan digunakan oleh dai di tengah-tengah masyarakat desa.

Penelitian ini bertujuan dan berusaha menyajikan komponen etika, estetika dan strategi dakwah yang mulai ditinggal oleh para penda'i, pada kenyataannya dakwah yang identik dengan ceramah, nasehat dan tausiyah di sebarkan dengan gelak tawa yang bernuansa kelucuan yang tidak ber-etika sehingga dakwah yang disebarluaskan hanya sebagai tontonan bukan sebagai tuntunan dan tuntutan, oleh karenanya ajaran agama Islam pada masa kini terutama di pedesaan hadir dalam kelucuan bukan keseriusan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*) dengan menggali berbagai literatur yang memiliki relevansinya dengan etika, estetika dan strategi dakwah di pedesaan. Diantara data yang dikumpulkan ialah berupa buku, jurnal, artikel, website hingga berupa dokumen.

Konsep etika, estetika dan strategi

Sebelum membahas etika, estetika dan strategi, dai dan dakwah ibarat dua sisi mata uang yang saling membutuhkan dan tidak mungkin bisa dipisahkan. Begitu juga selanjutnya dakwah tidak lepas dari trilogi menyeru yaitu al-khoir, amar makruf dan nahi munkar, trilogi itu berada dalam satu ayat yaitu QS. Ali-Imran {2}145:

وَلَئِنْ كُنْتُمْ مِّنْهُمْ أَمَّةً يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَايُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۝ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada *kebaikan* (*kebaikan*), menyeru kepada *ma'ruf* dan mencegah dari *mungkar*, mereka lahir orang-orang yang beruntung.

Trilogi ini mempunya aspek aktualisasi masing-masing, Pertama, al-khoir (etika) menuntut kemampuan dai untuk memahami nilai-nilai etis dan moral secara universal. Kedua amar makruf (estetika) kemampuan dai memahami lingkungan hidup sosial, politik dan kultural pedesaan sebagai wilayah terwujudnya al-khoir secara konkret. Ketiga nahi mungkar (startegi) mununtut pendakwah memahami dan mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan hidup kultural.

Maka dari itu, ketiga komponen tersebut tidak akan lepas dari dai dalam menyampaikan pesan dakwah baik secara tindakan maupun perkataan, yaitu mengajak kepada kebaikan, memerintahkan kepada *ma'ruf* dan mencengah kemungkar. Ini merupakan hal yang wajib dilakukan dengan mengacu pada ayat di atas. Ayat tersebut merupakan penegasan bagi orang-orang yang memiliki tekad mental, keberanian dan keimanan yang kuat. Oleh karenanya al-khoir, *ma'ruf* dan nahi mungkar mempunyai tiga ikatan juga yaitu iman, ihsan dan Islam. Makna iman yaitu keteguhan hati, keyakinan kuat dan kepercayaan yang kokoh pada Allah SWT. Makna ihsan yaitu kesadaran, secara emosional dan spiritual bahwa dirinya merasa diawasi oleh Allah SWT di setiap detik, menit, jam dan dimanapun serta kapanpun tanpa batas yang pada intinya disetiap kedipan mata. Sedangkan makna Islam yaitu kesalamatan, dibalik itu secara substansi ialah ke ilmuhan yang bisa menyelamatkan dirinya dari jebakan, rayuan, bisikan, dorongan, ajakan, strategi, metode, taktik licik syetan atau iblis dan hawa nafsu yang menjerumuskan pada neraka yaitu berupa sifat tercela diantaranya kesombongan, keangkuhan, kesesatan, dan sebagainya.

Sehingga pendakwah harus memiliki kemampuan ilmu dalam berdakwah, tapi bukan itu saja yaitu kesadaran akan pentingnya implementasi ilmu agama dengan amal sholeh dan keikhlasan menjalankannya. Hal itu tercermin pada 3 aspek yaitu etika (akhlaq) berkata dan bertindak sebagai usrah ditengah masyarakat desa, sedangkan estetika yaitu keindahan, kedamaian, ketenganan dan kesejukan penyampaian nilai-nilai dakwah atau kehadiran dai ditengah-tengah masyarakat desa yaitu tidak menimbulkan tindakan atau perkataan tercela. Adapun strategi dai yaitu kepekaan membaca situasi dan kondisi sehingga dakwah yang disampaikan bisa efisien dan efektif tanpa embel-embel atau berbau kekerasan atau merendahkan aspek budaya, tradisi dan adat masyarakat desa tertentu.

Komponen Utama Etika Dakwah

Etika secara etimologis berasal dari bahasa Yunani "ethos" (kata tunggal) yang berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Adapun dalam bentuk jamak, etika disebut "ta etha" yang bermakna adat istiadat (Sofyan S. Harahap, 2011). Selanjutnya secara epistemologi etika merupakan prinsipal yang membahas nilai-nilai predikat benar (*right*) dan salah (*wrong*) atau dalam pengertiannya yaitu susila (moral) atau tidak susila (immoral) dan membicarakan atribut-atribut atau kualitas-kualitas pribadi yang disebut kebijakan (*virtues*) yang lawan katanya ialah kejahanan (*vices*) (Safrodin Halimi, 2008). Maka dari itu etika dalam konteks dakwah merujuk pada prinsip-prinsip moral dan norma yang harus dipegang teguh oleh seorang da'i dalam proses penyampaian pesan-pesan agama yaitu merujuk pada al-Qur'an dan hadist nabi.

Berdasarkan etimologi dan epistemologi maka diambil kesimpulan etika mempunyai dualisme yang terikat yaitu sebagai praksis dan refleksi (K. Bertens, 2011). Etika bersifat praksis

diinternalisasikan dalam keteladanan dan keadilan, sedangkan refleksi yaitu mengacu pada konsep keterbukaan / toleransi dan kehati-hatian komunikasi. Di sini bukan berarti keteladanan dan keadilan tidak termasuk pada refleksi akan tetapi ini lebih kepada aktualisasi langsung yang pada hakikatnya dirasakan oleh masyarakat. Begitu juga sebaliknya dengan keterbukaan dan kehati-hatian.

Terlepas dari itu, dalam agama Islam sebagai agama dakwah dan sebagai kedaulatan (Aziz, 2018). Agama bukan hanya bersifat oral yaitu nasehat atau menyeru, akan tetapi ada elemen paling utama dibalik nasehat dan menyeru yaitu etika, nama lain nya adalah akhlaq. Karena pada hakikatnya agama dakwah (Islam) yang disebarluaskan oleh Nabi Muhammad dibawa dan disebarluaskan dengan tindakan dan perkataan yang berakhlaql-karimah, ini berdasarkan hadist:

إِنَّمَا بُعْثِثُ لِتَّقْيِيمِ مَكَارِمِ الْأَخْلَاقِ

Artinya: sesungguhnya saya diutus hanya untuk menyempurnakan akhlaq. (HR. al-Baihaqi)

Etika adalah komponen dakwah yang harus dimiliki oleh setiap dai dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Islam hadir ke bumi dan disebarluaskan dengan berlandaskan pada etika dalam semua kondisi dan situasi. Seperti yang dikatakan oleh Jum'ah Amin dalam bukunya bahwa:

Dakwah adalah menyeru manusia kepada Islam yang hanif dengan keutuhan dan keuniversalannya, dengan syiar-syiar dan syariatnya, dengan akidah dan **kemuliaan akhlagnya**, dengan metode dakwahnya yang bijaksana dan sarana-sarananya yang unik serta cara penyampaiannya yang benar (Aziz, 2018).

Sehingga etika dakwah tidak mengenal waktu dan tempat karena etika erat kaitannya dengan prilaku yang kholil (Kebaikan) terhadap setiap manusia baik orang Islam maupun orang kafir sekalipun. Maka dari itu etika sangat wajib diimplementasikan yang diwujudkan dengan keselarasan prilaku dan perkataan yang baik sehingga nanti berdampak pada mudahnya diterima pesan-pesan Islam oleh semua kalangan masyarakat mulai dari elemen paling bawah hingga elemen paling atas.

Seperti yang disebutkan atas bahwa al-Kholil (kebaikan) merupakan representasi yang absolut pada diri dai sebagai cerminan pendakwah yang memiliki kedaulatan rakyat dalam agama. Maka dari itu, ada empat komponen etika yang harus dipegang teguh dan kuat oleh dai dalam menyampaikan pesan atau bertindak sebagai dai di masyarakat pedesaan.

1. Keterbukaan dan toleransi

Toleransi adalah Menghormati keyakinan dan menghormati praktik budaya lokal tanpa merendahkan. Maka dari itu, keterbukaan dan toleransi merupakan kebutuhan faktual dan aktual yang dipegang teguh oleh dai dalam menyampaikan ajaran Islam, karena pada dasarnya merujuk pada ajaran Islam yang normatif dan didukung oleh bukti sejarah yang konkret (Naim, 2020). Sikap menerima semua perbedaan dan bersikap terbuka terhadap semua masyarakat terutama masyarakat yang berada dipedesaan sangatlah urgent sekali. Yaitu tanpa memandang sifat atau sikap mereka yang terkenal kaku, keras, dan mudah tersinggung. Tujuannya ialah untuk menemukan dan mencari fenomena serta pemasalahan masyarakat yang dialami oleh mereka yang berhubungan dengan ajaran agama Islam. Konsep ini adalah memberikan ruang kepada masyarakat terkait ketidaktahuan tentang agama Islam atau sebagai mediator atas berbagai masalah. Namun yang lebih penting dari sikap toleransi dai ialah tidak ada nya pemaksaan untuk mengikuti semua pesan dakwah, yang mana konotasi dari pemaksaan ialah sikap anarkis, diskriminasi,

kriminalisasi mad'u yang mana pada akhirnya akan menimbulkan konflik dan penolakan dakwah tersebut.

2. Keteladanan

Nabi Muhammad SAW sebagai pendakwah sejati yang patut dijadikan pedoman dan ditiru dalam menerapkan nilai-nilai etika dakwah, serta pengembangan dalam aktualisasi metode dakwah yang sangat efektif dan efesien (QS. Al-Ahzab [33]21) (Amin, 2017). Keteladanan erat kaitannya dengan kejujuran dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan perkataan, perbuatan, prilaku dan sikap seorang dai ketika berada di tengah-tengah masyarakat yang mana dai akan menjadi titik sentral pandangan mereka untuk ditiru dan dicontoh oleh masyarakat desa. Pendakwah menjadi panutan melalui akhlak yang baik dan perkataan baik. Dai sebagai patron sosial yang akan mendidik, membimbing, mengarahkan, mengayomi dan menyanyangi masyarakat nya, maka patutlah dai harus menunjukkan sikap dan prilaku tersebut pada masyarakat. Karena dengan melihat realita kehidupan sekarang masyarakat krisis akan nilai-nilai ahklaql karimah baik perkataan dan perbuatan. Maka dari itu, penguatan personal sebagai dai sangat diwajibkan ini telah ditegaskan dalam QS. Al-Maidah {5} 105.

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا عَلَيْكُمْ أَنفُسُكُمْ لَا يَضُرُّكُمْ مَنْ ضَلَّ إِذَا هُنَّ يُنذَّرُونَ ﴿٥﴾

Artinya: wahai orang-orang yang beriman, jagalah dirimu! Orang yang sesat tidak akan memberimu mudarat apabila kamu telah mendapatkan petunjuk. Hanya kepada allah kamu kembali semuanya, lalu dia akan menerangkan kepadamu apa yang selama ini kamu kerjakan.

3. Keadilan

Dai juga harus ber-etika dalam menyampaikan pesan dakwah diantaranya harus bersikap adil yaitu tidak memihak kelompok atau personal tertentu, khususnya dalam masyarakat yang beragam. Prinsip keadilan menuntut dai harus bersikap adil dalam semua urusan baik pada individu dai maupun sosial masyarakat (Amarullah & Nasibah, 2024). Karena apabila itu tidak di indahkan dalam semua perkataan maupun tindakan maka akan memunculkan dan menyulutkan konflik internal antara mad'u satu dengan lainnya. Di sisi lain juga akan menimbulkan pertentangan dan pembangkangan secara sikap maupun sifat baik secara spontan ataupun secara halus. Yang pada gilirannya akan mengarah pada penolakan terhadap nasehat dan arahan sang dai di masyarakat. Maka dari itu dai harus mempunyai sikap adil dalam konteks dakwah. Pada intinya adalah tidak istilah segmentasi atau pemetaan yaitu tanpa menyinggung atau menyalahkan satu pihak apalagi menyebut nama mad'u, baik berupa keluarga, profesi pekerjaan, penghasilan, daerahnya dan lain sebagainya.

4. Kehati-hatian berkomunikasi

Salah satu komponen dalam berdakwah adalah komunikasi sebagai sarana untuk menjalin hubungan dengan mad'u, karena dengan komunikasi akan membentuk kebersamaan dan membangun hubungan dengan masyarakat sekitar. Karena pada hakikatnya komunikasi berifat universal sedangkan dakwah bersifat khusus (berhubungan dengan agama) (Ariani, 2012).

Termasuk pengaktualisasian etika dalam komunikasi dakwah harus merujuk pada al-Qur'an, agama Islam sebagai agam dakwah mengajarkan penghormatan, penghargaan dan sebagainya ketika menyeru, menagajak, mendorong dan lain-lainnya. Ada enam etika

komunikasi sebagai landasan membangun keharmonisan, ketenangan, kedamaian dan kerukunan dengan tujuan menghindari kata-kata yang berpotensi menyenggung. 1. Qaulan karima (QS.al-Isra'17:23), 2. Qaulan Sadida (QS. al-Ahzab {33]70), 3. Qaulan Makrifa (QS. an-Nisa {4}5/8), (QS. al-Baqarah {2]235/263), 4. Qaulan Baligha (QS. an-Nisa {4}63), 5. Qaulan Layyinah (QS. Thaha {20]44), 6. Qaulan Maisura (QS. al-Isra'17]28) (Kosim, 2022).

Keempat komponen tersebut merupakan dasar yang harus dipahami dan dimengerti oleh para dai, tujuannya ialah agar supaya dakwah bisa efektif diterima, dimengerti, dipahami dan diamalkan sepenuh hati oleh para masyarakat yang sebagai penerima pesan dakwah. Masyarakat diera sekarang bukan hanya menonton dan mendengarkan apa yang disampaikan oleh pendakwah. Akan tetapi melihat dan mendengar sekaligus menilai apa yang disampaikan dan bagaimana si pendakwah mencerminkan sekaligus menerapkan nilai-nilai dakwah yang sebarkan.

Apabila nilai-nilai dakwah tidak dicerminkan dalam kehidupan nyata berupa perkataan seperti halus, lembut, sopan, suara tidak meninggi atau keras (berteriak), dan sebagainya, dan tindakan seperti tidak anarkis, agresif dan hedon (menikmati kekayaan dan nama baik) dan sebagainya. Maka masyarakat akan menilai pendakwah hanyalah sebatas kata-kata dan lelucon belaka yang pada akhirnya tidak ada bekas yang merekat pada diri audien (masyarakat).

Komponen Utama Estetika Dakwah

Secara bahasa estetika berasal dari bahasa Yunani yaitu *aisthētikos* memiliki arti “persepsi indrawi” yang berarti adalah peralihan perhatian dari materialistik menjadi suatu persepsi terhadap benda-benda, dari objek ke subjek yang ditandai oleh perhatian (Eaton, 2010) sehingga seseorang bisa membedakan mana yang bersifat estetik dan dengan yang tidak estetik.

Ketika estetika di hubungkan dengan dakwah, konsep estetika mengarah pada penyampaian pesan dakwah yang penuh dengan keindahan, kehalusan, ketenangan, kedamaian yaitu mencakup praksis (tindakan), bahasa (perkataan), seni, adat, dan budaya lokal. Estetika dakwah masuk pada kategori amar makruf, bagaimana perintah tersebut dikemas dan disajikan sedemikian mungkin sekiranya tidak ada nuansa yang bersifat menyenggung, diskriminasi, kriminalisasi atau sebagainya yang akan menyebabkan dakwah tidak mempunyai ke-estetikan.

Ada empat yang harus diperhatikan oleh dai dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah Islam untuk memberikan stimulus kesadaran beragama pada masyarakat desa.

1. Bahasa yang mudah dipahami

Gaya bahasa dakwah secara substansi tidak lepas dari targhib dan tabsyir, tarhib dan indzar, qashas dan riwayat, amar dan nahi (A.Hasjmy, 1974). Maka esensi pesan dakwah tidak keluar dari keempat gaya bahasa tersebut. Di balik keempat gaya bahasa tersebut, ada yang harus perhatikan dalam penyampaian secara oral kepada masyarakat desa yaitu kejelasan, ketepatan, kemenarikan, kesopanan, kesantunan dan kesesuaian situasi serta kondisi, dengan melihat dan memperhatikan audiensnya.

Selain itu, Estetika dakwah juga yang mencakup gaya bahasa tidak kalah pentingnya ialah menyampaikan dengan cara yang sederhana, positif, penuh hikmah, penuh motivasi yang berisi dengan nuansa pendidikan dan bimbingan mengarah pada jalan menuju kehambaan secara hakikat. Ke-estetikan dakwah bisa di tujukkan dan lebih konkretnya mengacu pada esensi dan subtansi yang berada di dalam QS. an-Nahl {16]125. Pertama, kata hikmah yang memiliki arti *al-adl* (keadilan), *al-hilm* (kesabaran dan ketabahan), *an-nubuwah* (kenabian), *al-ilim* (ilmu pengetahuan), al-Quran, *al-haq* (kebenaran). Kedua,

Mauidzah hasanah orientasi nya menasehati dan mengingat yang mengandung kata-kata yang halus dan lembut, petunjuk, cerita, pidato yang impresif dan humoris, bahasa ringan mudah dipahami serta dimengerti. Ketiga, mujadalah secara makna berunding secara tegang dan berusaha mengalahkan lawannya,(Kosim, 2022) namun ketika diaktualisasikan pada masyarakat desa pendakwah harus mendahulukan kesebaran dan ketabahan dalam menyampaikan atau berunding dengan mereka, yaitu dai harus menggunakan logika (yang masuk akal), argumentasi yang jelas dan tepat pada titik permasalahan, tidak menjatuhkan atau merendahkan lawannya, menyalahkan secara spontan atau frontal, ucapan yang mengandung mengadu-domba dan sebagainya. Akan tetapi sebaliknya pendakwah harus menghadapi masyarakat yang keras dan kasar harus menggunakan bahasa dan sikap yang sangat baik.

2. Kreativitas penyampaian pesan

Pendakwah bukan hanya bersifat oral semata yaitu menyampaikan pesan lewat lisan. Akan tetapi dai di dorong untuk menyampaikan dengan penuh estetik tanpa nilai-nilai dakwah sesungguhnya, sehingga di wajibkan dai kreatif dan inovatif di dalam menyajikan atau menyebarkan ajaran Islam agar pesan dakwah tersebar ke berbagai masyarakat. Di antaranya ialah menggunakan memanfaatkan teknologi berupa gatget yaitu media atau aplikasi platform yang pemakaiannya tidak hanya orang dewasa akan tetapi lansia dan anak-anak remaja juga menjadi konsumen media platform seperti tik-tok, you tube, instagram, twitter, facebook, dan website lainnya dan juga bisa memanfaatkan tulisan berupa fisik seperti buku, koran maupun majalah.

Adapun dibalik memanfaatkan media yang menjadi perhatian betul ialah penyajiannya dalam media tersebut. Di antara sajian konten dakwah yang estetik dan menarik yang menjenuhkan dan membosankan, sehingga harus diperhatikan betul pada penyajiannya ialah durasi waktu, warna tampilan, modifikasi animasi kartun yang di ubah menjadi bahasa ceramah, serta menyebarkan podcast, webinar, dan seminar yang bernuansa pendidikan, nasehat, atau perbicangan prihal hukum Islam atau sebagainya.

3. Penghormatan terhadap tradisi lokal

Estetika dakwah juga ditampilkan dengan suasana dan kondisi yang penuh dengan kedamaian dan toleransi pada setiap individu tidak adanya rasa khawatir dan ketakutan. Hal itu karena agama Islam hadir ke dunia mempunyai prinsip yaitu sebagai agama *rahmatal lil alamin*. Agama dan budaya adalah satu kesatuan yang sudah menjadi urat nadi kehidupan mereka di desa. Budaya mempunyai 10 ruang lingkup yang kompleks yaitu bahasa, seni, agama, nilai, pakaian, kuliner, arsitektur, pendidikan, teknologi, dan adat atau perayaan. Kesepuluh tersebut merupakan sumbu munculnya ke-estetikan warna-warni kehidupan di masyarakat yang harus dijaga dan dipahami serta dimengerti oleh pendakwah sebelum bertindak (Hendra dkk., 2023).

4. Penyampaian yang menarik

Pada era sekarang penyampaian pesan dakwah secara absolut mempunyai dua opsi penyampaian dan penyebaran ajaran Islam yaitu kontak langsung dengan masyarakat dan pemanfaatan media sosial untuk menjangkau masyarakat yang jauh. Makna menarik konotasinya mengarah pada humoris. Maksudnya ialah dakwah yang disampaikan bukan dengan ketegangan atau ketegasan secara berlebihan sehingga mad'u merasa risih, jemu,

bosan atau males mendengarkannya. Penggunaan bahasa menjadi sangat penting dikemas dengan bahasa menyesuaikan kondisi dan situasi mad'u.

Bahasa yang menyenangkan ialah kata-kata bijak, kalimat pembuka yang menarik seperti pantun yang banyak digunakan oleh penceramah ataupun lagu yang dimodifikasi menjadi lagu penuh hikmah dan bijak mangandung ajakan atau dorongan untuk ingat pada ajaran Islam.

Strategi Dakwah Di Pedesaan

Secara bahasa strategi berasal dari *stratego* memiliki arti merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber yang efektif dan efesien (Arsyad, 2002). Di sisi lain, kata strategi identik dengan *taktik* yang memiliki arti yaitu suatu yang terkait dengan gerakan organisme dalam menjawab stimulus dari luar. Dan bermakna sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam pada setiap kondisi dan situasi tertentu agar memperoleh atau mencapai tujuan yang diinginkan secara maksimal (Pimay, 2005).

Sedangkan strategi dakwah merupakan serangkaian kegiatan di desain atau di modifikasi dengan tujuan untuk mencapai tujuan dakwah tertentu, walaupun secara hakikat bahwa strategi dakwah mengadopsi strategi militer yang menggunakan segala daya upaya baik fisik, non fisik seperti sarana prasarana untuk mencapai tujuan berupa kemenangan (Najamuddin, 2020).

Diantara strategi dakwah yang dapat di implementasikan pada masyarakat desa diantaranya:

1. Mapping Sosial dan Budaya

Pemetaan sosial dan budaya (*social mapping*) merupakan sebagai langkah awal yang harus di pahami sebelum menyebarluaskan nilai-nilai keislaman, oleh karenanya dai harus mengenal terlebih dahulu kondisi sosial budaya masyarakat desa mulai dari rutinitas keagamaan maupun aktivitas sehari-hari mereka dalam menjalani kehidupan. Sehingga pada nantinya, dai bisa memahami alur kehidupan masyarakat desa yang berkenaan agama, sosial, budaya, tradisi, adat dan politik hingga profesi yang mereka tekuni.

Maka dari itu, perlu kiranya dai melakukan akulturasikan dengan mereka ikut serta semua aktivitas mereka bukan berarti menjadi seperti mereka, akan tetapi dalam rangka memahami pola pikir dan karakteristik hidup mereka. Di sisi lain, mengumpulkan informasi tentang perkembangan dan peningkatan tersebut nya nilai-nilai keislaman dan terealisasikannya ajaran Islam dalam tindakan nyata.

Karena pemetaan sosial budaya dalam dakwah memiliki tujuan diantaranya mengetahui potensi permasalahan yang berkaitan dengan keagamaan, ekonomi, dan sosial, mengetahui kearifan lokal dan adat istiadat, mengetahui pola dan struktur hubungan antar masyarakat dan mengetahui kekuatan sosial yang berpengaruh. Yang pada intinya pemetaan sosial dan budaya merupakan komponen penting sebagai alat barometer lapangan untuk mencapai tujuan dakwah yaitu menyeru dan menyadarkan akan pentingnya ajaran Islam dalam tatanan kehidupan manusia terkhusus di desa (Kohar dkk., 2022).

2. Pendekatan Komunal

Strategi dakwah dengan menggunakan metode pendekatan komunal sangatlah berbeda dengan pendekatan personal. Pendekatan komunal melibatkan semua elemen masyarakat dengan memanfaatkan kekuatan komunitas atau kelompok sebagai arah tujuan penyebaran agama Islam.

Dakwah yang dilakukan dengan metode pendekatan komunal memiliki tujuan yaitu memahami manusia sebagai makhluk sosial yang hidup saling berkelompok dan kebergantungan satu pihak dengan pihak lainnya yang saling mempengaruhi. Sehingga sistem sosial, norma kelompok, dan dinamika masyarakat desa menjadi pertimbangan dan perhitungan utama dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Untuk merealisasikan pendekatan komunal tersebut yaitu dai harus melebur dengan masyarakat desa dan memanfaat ikatan sosial mereka yang sudah ada seperti kekeluargaan, kekerabatan, pertemanan, atau kepentingan yang mengandung nilai kebersamaan untuk membangun kesholehan kolektif tentang ajaran Islam. adapun mewujudkan metode tersebut diantaranya, pembentukan Majelis Ta'lim dan pengajian rutin di musholla atau dirumah-rumah secara bergiliran, mengadakan bakti sosial bagi mereka yang tidak mampu secara finansial, memanfat momentum hari besar Islam atau perayaan adat lokal, melibatkan pemuda-pemudanya dalam semua kegiatan, dan terakhir melibatkan tokoh agama maupun tokoh struktural desa setempat.

3. Peran aktor Lokal

Peran aktor lokal dalam konteks dakwah mengacu pada keterlibatan dan pengaruh tokoh-tokoh setempat yang memiliki kedudukan, pengaruh, atau peran penting dalam struktur sosial masyarakat tertentu. Aktor lokal merupakan salah satu individu atau kelompok yang berasal dari dan beraktivitas di wilayah tertentu menjadi objek dakwah, yang memiliki kapasitas untuk mempengaruhi, menggerakkan, dan membentuk opini serta perilaku masyarakat di lingkungannya.

Adapun tokoh yang dimaksud adalah tokoh formal yaitu seperti pemimpin daerah tingkal lokal (kepala desa, lurah dan camat), sedangkan tokoh non formal yaitu pemuka agama seperti kyai, ustaz, imam masjid, tokoh adat atau pemangku budaya, tokoh yang dituakan atau dihormati oleh masyarakat sekitar.

Tujuan peran aktor lokal dalam misi penyebaran nilai-nilai dakwah sangat banyak dampak dan pengaruhnya pada keberlanjutan dakwah itu sendiri diantaranya ialah tokoh lokal lebih paham dan mengerti secara mendalam tentang karakteristik masyarakat lokal, menguasai bahasa lokal dan cara komunikasi yang sesuai dengan budaya setempat, mempunyai legitimasi secara struktur sosial yang terbangun secara alamiah, dan sebagai mediator atau jembatan pada setiap kepentingan berbagai kelompok pada masyarakat.

4. Kontekstualisasi Pesan

Pesan dakwah yang disebarluaskan pada mad'u harus memiliki kesesuaian dan keselarasan baik konten maupun metode dakwahnya, dengan konteks budaya, sosial dan situasi Masyarakat desa setempat sebagai sasaran dakwah. Penyesuaian dan penyelarasan konten dakwah maupun metode dakwah merupakan strategi dakwah yang memiliki sensitifitas dengan lingkungan setempat hal ini karena menyangkut realita kondisi dan situasi sasarnya.

Dai harus dapat menghadirkan pesan-pesan Islam ke Masyarakat desa dalam bentuk yang dapat dipahami sesuai tingkat pemahaman audien, relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka, mempertimbangkan latar belakang budaya setempat, dan kesesuaian dengan kebutuhan dan permasalahan aktual.

Adapun proses kontekstualisasi melibatkan beberapa pemahaman mendalam tentang ajaran Islam (nash), serta menganalisis situasi dan kondisi masyarakat sasaran, di sisi

lain dai diharuskan memiliki kemampuan menerjemahkan nilai universal Islam ke dalam bahasa lokal dan paling terakhir dai harus peka terhadap isu-isu kontemporer. Seperti contoh yang paling sederhana kontekstualisasi adalah ketika menjelaskan konsep sedekah, seorang dai di daerah pertanian bisa menggunakan analogi hasil panen atau ketika berbicara tentang kebersihan bisa dikaitkan dengan tradisi lokal yang sudah ada.

Kesimpulan

Islam merupakan agama dakwah yang harus disebarluaskan dengan penuh kesejukan, ketentraman, ketenangan dan kerhamongan pada sasaran dakwahnya, sehingga dakwah menyentuh pada semua aspek baik secara lahir maupun batin. Dengan demikian dakwah harus mendatangkan satu konsep yaitu *rahmatan lil alamin* yang tanpa batas maupun sekak.

Dakwah yang rahmatan lil alamin tidak lepas dari etika, estetika dan strategi yang harus diterapkan secara masif dan persuasif, tanpa adanya tindakan agresif apalagi diskriminatif pada sasaran dakwah. Etika dakwah mempunyai empat komponen yaitu keterbukataan dan toleransi, keteladanan, keadilan dan kehati-hatian dalam berkomunikasi. Estetika dakwah memiliki empat komponen juga diantaranya bahasa yang mudah dipahami, kreativitas penyampaian pesan, penghormatan terhadap tradisi lokal, penyampaian yang menarik. Dan strategi dakwah yaitu mapping sosial dan budaya, pendekatan komunal, peran aktor lokal, dan kontekstualisasi pesan.

Daftar Pustaka

- A.Hasjmy. (1974). *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an*. Bulan Bintang.
- Amarullah, R. Q., & Nasibah, N. (2024). PENGUATAN ETIKA DAN MORALITAS DALAM DAKWAH PENDIDIKAN ISLAM DI LINGKUNGAN AKADEMIS. *Ahsan: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 3(1).
- Amin, E. (2017). ETIKA DAKWAH: KONTEKSTUALISASI DAKWAH PROFESIONAL. *TAJID: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 16(1), 19–34. <https://doi.org/10.30631/tjd.v16i1.52>
- Ariani, A. (2012). Etika Komunikasi Dakwah menurut Al-Quran. *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, 11(21).
- Arsyad, A. (2002). *Media Pembelajaran* (1 ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Aziz, J. A. A. (2018). *Fiqih Dakwah*. Era Adicitra Intermedia.
- Eaton, M. M. (2010). *Persoalan-persoalan Dasar Estetika*. Salemba Humanika.
- Hendra, T., Nur Adzani, S. A., & Muslim, K. L. (2023). Dakwah Islam dan Kearifan Budaya Lokal: Konsep dan Strategi Menyebarluaskan Ajaran Islam. *Journal of Da'wah*, 2(1), 65–82. <https://doi.org/10.32939/jd.v2i1.2660>
- K. Bertens. (2011). *Etika*. Gramedia.
- Kohar, W., Aqil, M., & Folandra, D. (2022). Map of Social-Cultural Dakwah Communications (Da'i) and Audience (Mad'u) in Padang City. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 16(1), 19–36. <https://doi.org/10.15575/idalhs.v16i1.16683>
- Kosim, A. (2022). Gaya Bahasa Prinsip Dakwah dalam Al-Quran dan Kaitannya dengan Moderasi Beragama (Analisis Linguistik Surah An-Nahl 125). *Kalimatuna: Journal of Arabic Research*, 1(2), 221–238. <https://doi.org/10.15408/kjar.v1i2.28601>
- Naim, N. (2020). MEMBANGUN TOLERANSI DALAM MASYARAKAT MAJEMUK TELAAH PEMIKIRAN NURCHOLIS MADJID. *Harmoni*, 12(2), 31–42. <https://doi.org/10.32488/harmoni.v12i2.153>
- Najamuddin, N. (2020). Strategi Dakwah dan Faktor Pengaruh. *TASAMUH: Jurnal Studi Islam*, 12(1), 25–46. <https://doi.org/10.47945/tasamuhs.v12i1.236>
- Pimay, A. (2005). *Paradigma Dakwah Humanis: Strategi Dan Metode Dakwah Prof KH Syaifuldin Zuhri*. Rasail.

- Safrodin Halimi. (t.t.). *Etika Dakwah Dalam Perspektif alQur'an Antara Idealisme Qur'ani Dan Realitas Sosial*. Walisongo Press.
- Sofyan S. Harahap. (2011). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Salemba Empat.