



Transformasi Pesan Dakwah dan Mobilitas Sosial

Duden Aiman Saleh^{1*} dan Karyana Sofyan²

¹Jurusan Manajemen Haji dan Umrah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

²Pasca Sarjana Studi Agama-Agama, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*email : dudenaimansaleh@uinsgd.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika transformasi pesan dakwah dan dampaknya pada mobilisasi sosial, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan mobilisasi sosial Kabupaten Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Teori yang digunakan yaitu teori tindakan sosial dari Max Weber. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa melalui transformasi pesan, dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menggunakan berbagai media dan pendekatan yang sesuai dengan kondisi masyarakat saat ini. Mobilisasi sosial yang dipicu oleh dakwah dapat memperkuat solidaritas antaranggota masyarakat. Dengan menciptakan jaringan sosial yang kuat, dakwah mampu menghubungkan berbagai elemen masyarakat, sehingga kolaborasi dalam mengatasi masalah sosial menjadi lebih efektif. faktor penentu dalam keberhasilan mobilisasi sosial terdiri dari proses sosial, interaksi sosial, mobilitas sosial, dan dinamika sosial.

Kata Kunci : Transformasi pesan dakwah; mobilisasi sosial; media dakwah

ABSTRACT

This research aims to analyze the dynamics of da'wah message transformation and its impact on social mobilization, as well as identify factors that influence the success of Bandung Regency's social mobilization. This research uses a qualitative approach with phenomenological methods. The theory used is Max Weber's social action theory. The results revealed that through message transformation, da'wah can reach a wider audience, using various media and approaches that are in accordance with the current conditions of society. Social mobilization triggered by da'wah can strengthen solidarity between community members. By creating a strong social network, da'wah is able to connect various elements of society, so that collaboration in overcoming social problems becomes more effective. The determining factors in the success of social mobilization consist of social processes, social interactions, social mobility, and social dynamics.

Keywords : Transformation of da'wah messages; social mobilization; da'wah media

PENDAHULUAN

Seperti yang diakui oleh mayoritas ahli sejarah, pengutusan Rasulullah di semenanjung Arab merupakan kejadian spektakuler dan berpengaruh besar. Karena setelah beliau diutus, bangsa Arab yang jahiliyah berubah menjadi bangsa yang mulia. Sejatinya Rasul dapat kita jadikan simbol muballigh yang sukses, dengan seorang diri beliau berhasil menyelamatkan umat yang jahil dan menyeret mereka dari kegelapan menuju cahaya kebenaran.

Salah satu faktor kesuksesan dakwah ialah adanya kerja terarah dan berkesinambungan sebab the main mission of dakwah ialah melakukan perubahan, mencerdaskan, dan membuka cakrawala berpikir masyarakat (Welhendri Azwar, 2014). Upaya untuk mewujudkan perubahan tersebut, pertama yang meski diketahui dengan baik ialah objek yang akan didakwahi, yaitu masyarakat. Masyarakat merupakan sekumpulan individu yang hidup bersama pada suatu tempat dalam jangka waktu yang lama serta memiliki tujuan yang sama. Keberhasilan dakwah bersandar pada perubahan masyarakat. Oleh karenanya, misi pokok dakwah ialah bagaimana membentuk manusia berkepribadian Islam.

Dakwah harus masuk ke semua dimensi kehidupan. Tidak sektarian, dan ditujukan untuk semua lapisan masyarakat. Bukan hanya terkhusus pada satu bangsa tertentu, satu tanah air atau nasionalisme tertentu, warna kulit, atau kepentingan kelompok tertentu. Sehingga komprehensivitas dakwah akan membentuk masyarakat dengan satu dasar ikatan akidah, memunculkan karakter kemanusiaan yang sebenarnya, dan memunculkan masyarakat yang inklusif yang pada akhirnya memiliki konsekuensi lahirnya sebuah tradisi, kebiasaan atau kebudayaan baru yang berbasis pada keharmonisan dan kedamaian (cahaya islam) yang termuat di dalamnya kebahagian hidup di dunia dan kelak di akhirat.

Dalam konteks global yang semakin kompleks, dakwah menghadapi tantangan yang beragam, mulai dari masalah intoleransi hingga konflik sosial. Oleh karena itu, penting untuk mengadopsi pendekatan yang tidak hanya mendidik, tetapi juga mendorong dialog antaragama dan kolaborasi lintas komunitas. Dakwah yang inklusif dapat menjadi jembatan untuk menjalin hubungan yang harmonis antara berbagai kelompok, serta mendorong pemahaman yang lebih dalam tentang nilai-nilai kemanusiaan yang universal (Wahid, 2019).

Selain itu, era digital juga memengaruhi cara penyampaian pesan dakwah. Media sosial dan platform digital lainnya memberikan peluang baru untuk menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga menuntut strategi yang lebih kreatif dan adaptif. Dalam hal ini, pesan dakwah harus disesuaikan dengan konteks kekinian, menggunakan bahasa dan metode yang relevan agar dapat diterima oleh semua kalangan, terutama generasi muda yang lebih dekat dengan teknologi (Hasyim, 2021).

Dalam perjalanan dakwah yang semakin kompleks dan bervariatif, tidak jarang ditemukan kebaikan dakwah terdistorsi oleh paradigma atau perilaku oleh mereka yang mengklaim dirinya sebagai pengembangan misi dakwah. Sering kali, dakwah dipahami sebagai sesuatu yang berbenturan dengan fasilitas materi, seakan-akan dakwah dan materi dunia tidak boleh bertemu dan saling bertentangan. Hal ini menciptakan kesan bahwa kesuksesan dakwah diukur hanya dari segi spiritual tanpa mempertimbangkan aspek sosial-ekonomi yang juga penting (Zainuddin, 2020).

Perbedaan paradigma dakwah yang telah memasuki domain pemerintahan seringkali memicu friksi dan konflik internal yang tajam. Ketika agenda dakwah diintervensi oleh kepentingan politik atau kekuasaan, esensi dakwah itu sendiri bisa terabaikan. Ini berpotensi menyebabkan polarisasi di kalangan masyarakat, di mana kelompok-kelompok tertentu merasa terpinggirkan atau tidak diakomodasi dalam proses dakwah (Rasyid, 2021).

Pada proses kegiatan dakwah perlu ada upaya kolaboratif yang lebih besar antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk tokoh agama, masyarakat, dan pemerintah, untuk menciptakan iklim dakwah yang harmonis dan produktif. Pendekatan yang inklusif dan holistik sangat diperlukan agar dakwah dapat menjadi kekuatan yang tidak hanya membawa kebaikan spiritual, tetapi juga meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan (Sukardi, 2019).

Oleh karenanya perlu diterjemahkan dakwah dari sisi sosiologis sebagai sebuah fakta sosial dengan memahami perjalannya dimasa lalu dengan seluruh dinamikanya hingga sampai sekarang. Bahwa dakwah, dengan meminjam istilah Weber (dalam Sunarto, 1993) adalah tindakan sosial, yaitu tindakan yang dilakukan dengan mempertimbangkan dan berorientasi pada perilaku orang lain. Artinya, dakwah disini ialah sebagai tindakan yang ditujukan atau diniatkan untuk mempengaruhi orang lain dengan memperhatikan keadaan/kondisi sosial-budaya dan respon yang ada di lingkungan masyarakat agar masyarakat sampai kepada tujuan dakwah yaitu berada di jalan Allah. Jadi, dalam dakwah terdapat segumpal amanah yang mesti dicapai. Tidak bersifat segmentatif dan parsial atau dengan istilah lain “dakwah hanya untuk dakwah”. Sebab jika dakwah hanya untuk dakwah atau tidak memberi efek apapun maka hal ini bisa dideklarasikan sebagai kegagalan dakwah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk menggali pengalaman subjektif masyarakat Kabupaten Bandung terkait transformasi pesan dakwah dan mobilisasi sosial. Pendekatan fenomenologi bertujuan untuk memahami pengalaman hidup individu atau kelompok secara mendalam, termasuk persepsi, makna, dan cara mereka

menafsirkan pesan dakwah yang diterima dalam kehidupan sehari-hari (Nasution, 2020). Penelitian ini menekankan pada penggalian makna yang mendalam dari sudut pandang masyarakat, sehingga memberikan gambaran yang kaya mengenai bagaimana dakwah memengaruhi perubahan sosial.

Selain wawancara, observasi partisipatif dilakukan untuk memperoleh data empiris mengenai pelaksanaan dakwah di berbagai media, baik konvensional maupun digital. Peneliti mengamati kegiatan seperti ceramah agama, pengajian, seminar, hingga aktivitas dakwah melalui platform digital seperti media sosial. Observasi ini membantu peneliti untuk memahami bagaimana pesan dakwah disampaikan, diinterpretasikan, dan direspon oleh masyarakat. Kegiatan ini juga memberikan wawasan mengenai tantangan dan peluang dalam dakwah era digital (Junaidi, 2020).

LANDASAN TEORITIS

Dakwah, yang berasal dari bahasa Arab *da'wah*, memiliki arti ajakan untuk beriman kepada Allah berdasarkan akidah dan syariat Islam. Dakwah memiliki peran strategis dalam Islam sebagai sarana untuk menyampaikan ajaran agama sekaligus menggerakkan masyarakat menuju kebaikan. Secara terminologi, dakwah didefinisikan sebagai kegiatan mengajak dan memanggil orang untuk menaati Allah berdasarkan garis akidah, syariat, dan akhlak Islam. Sebagai tindakan sosial, dakwah melibatkan upaya yang sistematis untuk menciptakan perubahan perilaku individu maupun masyarakat ke arah yang lebih baik (Azwar, 2014).

Transformasi pesan dakwah menjadi penting dalam konteks perubahan sosial dan teknologi. Dakwah harus mampu menyesuaikan strategi, materi, dan metode penyampaian sesuai dengan kondisi zaman agar pesan yang disampaikan tetap relevan dan efektif. Dalam era digital, media sosial memberikan peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang akrab dengan teknologi. Dakwah di era ini memerlukan pendekatan yang kreatif, menggunakan bahasa yang kontekstual, serta menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat modern (Hasyim, 2021). Hal ini memungkinkan dakwah untuk menjadi lebih inklusif, menjangkau semua kalangan, tanpa memandang latar belakang sosial atau budaya mereka.

Mobilisasi sosial melalui dakwah adalah salah satu bentuk nyata dari peran dakwah dalam masyarakat. Dakwah tidak hanya meningkatkan kesadaran spiritual, tetapi juga menggerakkan masyarakat untuk terlibat dalam berbagai kegiatan sosial, seperti pemberdayaan ekonomi, pendidikan, dan kesehatan. Dengan menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama, dakwah mampu memperkuat solidaritas sosial dan mendorong kolaborasi lintas kelompok untuk mengatasi masalah-masalah sosial (Khalid, 2019). Hal ini

menunjukkan bahwa dakwah berfungsi sebagai sarana untuk menciptakan perubahan sosial yang nyata.

Selain itu, pendekatan dakwah yang inklusif sangat penting dalam membangun kohesi sosial. Dakwah yang inklusif melibatkan semua lapisan masyarakat tanpa diskriminasi, mempromosikan dialog antaragama, serta mendorong toleransi di tengah keberagaman budaya dan agama. Sebagai jembatan sosial, dakwah yang inklusif dapat membantu menciptakan hubungan yang harmonis antara berbagai kelompok, memperkuat jaringan sosial, dan menanamkan nilai-nilai universal yang menjunjung tinggi kemanusiaan (Wahid, 2019).

Dalam perspektif sosiologis, dakwah dipandang sebagai tindakan sosial yang mempertimbangkan dinamika sosial dan budaya masyarakat. Seperti yang dijelaskan oleh Weber (dalam Sunarto, 1993), tindakan sosial adalah aktivitas yang dilakukan dengan mempertimbangkan respons orang lain dan kondisi lingkungan. Dakwah sebagai tindakan sosial memerlukan integrasi nilai-nilai lokal dengan nilai-nilai Islam sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya relevan tetapi juga diterima oleh masyarakat (Soekanto, 2007). Hal ini menegaskan bahwa dakwah tidak hanya sekadar menyampaikan pesan agama tetapi juga menciptakan ruang untuk dialog dan kerja sama yang produktif.

Dengan demikian, dakwah berfungsi sebagai motor penggerak perubahan sosial yang menciptakan masyarakat yang lebih harmonis, adil, dan sejahtera. Transformasi pesan dakwah dan pendekatan yang inklusif memungkinkan dakwah untuk tidak hanya berfokus pada aspek spiritual, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat secara holistik. Sebagai alat mobilisasi sosial, dakwah mampu menggerakkan masyarakat untuk berkontribusi pada isu-isu sosial yang penting, seperti pendidikan, kesehatan, dan lingkungan. Dengan pendekatan ini, dakwah tidak hanya menjadi bagian dari kehidupan keagamaan, tetapi juga bagian integral dari dinamika sosial yang menciptakan perubahan positif (Aminah, 2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Pesan Dakwah dan Mobilisasi Sosial

Sebagaimana dimaklum, pesan dalam komunikasi bisa penuh dengan muatan yang berpaut erat dengan nilai-nilai keilahian, ideologi dan kemaslahatan. Itulah inti karakter pesan dakwah. Ia mengupas apa saja, selama di dalamnya ada nilai-nilai keilahian, baik secara tersurat maupun tersirat. Yang dimaksud dengan pesan dakwah tidak harus selalu memuat kata “dakwah”, tidak pula harus selalu ada ayat atau hadits yang dikutipnya. Selama ia berkomunikasi dengan mengandung ajakan atau pelaksanaan untuk bertambah iman dan taqwa kepada Allah, menampakan kebenaran, keadilan, kemaslahatan dan seterusnya, dalam

kehidupan sehari-hari yang merupakan implementasi dari tauhid, maka ia termasuk pesan dakwah.

Lalu apa bedanya pesan dakwah dengan pesan yang bukan dakwah? Untuk menggambarkan hal ini, salah satu rujukan penting yang merupakan hasil penelitian Dilnawaz A. Shiddiqi yang ditulisnya dalam *A Comparative Analysis of the Islamic and the Western Models of News Production and Ethics of Dissemination*. Berikut akan digambarkan perbandingan pesan itu melalui kategorisasi menyangkut aspek kognitif, afektif dan psikomotorik (Aep Kusnawan et. Al, 2004).

Sesuai dengan pandangan pesan dakwah di atas, bahwa realitas atau wujud adalah suatu kesatu-paduan dari segala sesuatu yang ada: Yang Mutlak dan Esa dengan yang nisbi dan beraneka. Kesatu-paduan itu disebut “integritas wujud” atau “kesatu-paduan realitas”. Kerjasama kedua asas perjenjangannya itu, dalam pesan dakwah menghasilkan suatu susunan wujud yang berbentuk matriks yang terdiri dari lima buah baris integritas mendatar: (Aep Kusnawan et.al, 2014).

Tabel 1. Transformasi Dakwah

Mendatar	Menegak
Kesatu-paduan serbasusunan (integritas struktural)	Kesatu-paduan diri pribadi
Keatu-paduan serbagerakan (integritas dinamika)	Kesatu-paduan budaya masyarakat
Kesatu-paduan serbaperanan (integritas fungsional)	Kesatu-paduan alam semesta
Kesatu-paduan serbalandasan (integritas fundamental)	Kesatu-paduan aneka alam
Kesatu-paduan saripati (integritas esensial)	Kesatu-paduan Maha Pencipta

Sumber : data penelitian

Transformasi pesan dakwah merupakan langkah penting dalam mengoptimalkan mobilisasi sosial di masyarakat. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya berfokus pada penyampaian ajaran agama, tetapi juga mengajak masyarakat untuk berperan aktif dalam berbagai isu sosial, seperti pendidikan, kesehatan, dan lingkungan. Seperti yang dinyatakan oleh Aminah (2020), "Pesan dakwah yang relevan dan kontekstual dapat menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan sosial."

Melalui transformasi pesan, dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menggunakan berbagai media dan pendekatan yang sesuai dengan kondisi masyarakat saat ini. Pendekatan ini mendorong keterlibatan aktif individu dan kelompok dalam kegiatan sosial, meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama terhadap perubahan yang diinginkan.

Selain itu, mobilisasi sosial yang dipicu oleh dakwah dapat memperkuat solidaritas antaranggota masyarakat. Dengan menciptakan jaringan sosial yang kuat, dakwah mampu menghubungkan berbagai elemen masyarakat, sehingga kolaborasi dalam mengatasi masalah sosial menjadi lebih efektif. Rizki (2021) menyatakan, "Mobilisasi sosial yang berhasil seringkali berakar dari pesan-pesan dakwah yang mampu menyentuh hati dan pikiran masyarakat."

Faktor-Faktor Dalam keberhasilan Mobilisasi Sosial

Dakwah memiliki peran yang signifikan dalam mendorong perubahan sosial di Kabupaten Bandung. Melalui penyampaian pesan-pesan moral dan spiritual, dakwah tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan kesadaran agama, tetapi juga untuk membentuk karakter dan nilai-nilai sosial yang lebih baik di kalangan masyarakat lokal. Dalam konteks ini, dakwah berpotensi mengatasi berbagai masalah sosial, seperti intoleransi, kemiskinan, dan ketidakadilan yang kerap terjadi di daerah tersebut.

Dakwah yang inklusif di Kabupaten Bandung mendorong dialog antaragama dan mengajak semua lapisan masyarakat untuk berpartisipasi dalam membangun komunitas yang harmonis. Dengan pendekatan yang sesuai, dakwah dapat menjadi jembatan untuk menjalin hubungan antarindividu dan kelompok yang berbeda, serta memperkuat solidaritas sosial di tengah keragaman yang ada.

Melalui berbagai media, baik konvensional maupun digital, dakwah di Kabupaten Bandung dapat menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga dampak perubahan sosial yang dihasilkan dapat dirasakan oleh banyak orang. Kegiatan dakwah yang melibatkan masyarakat setempat juga dapat memberikan motivasi bagi warga untuk aktif dalam kegiatan sosial, seperti pemberdayaan ekonomi, pendidikan, dan kesehatan.

Perubahan dan perkembangan masyarakat bentuk perorangan maupun kelompok sosial. Sebelum hubungan tersebut memiliki bentuk yang konkret terlebih dahulu akan dialami suatu proses ke arah bentuk konkret yang sesuai dengan nilai-nilai sosial dan budaya dalam masyarakat. Proses sosial adalah cara-cara berhubungan yang dilihat manakala orang perorangan dan kelompok-kelompok sosial saling bertemu dan menentukan sistem dan bentuk-bentuk hubungan tersebut atau apa yang akan terjadi jika seandainya ada perubahan-perubahan yang menyebabkan goyahnya pola-pola kehidupan yang telah ada.

Dakwah merupakan aktivitas penting dalam dunia Islam, dakwah berpengaruh besar dalam perluasan ajaran Islam. Ajaran Islam yang sampai ke bumi nusantara tidak lepas dari gigihnya perjuangan dakwah yang dilakukan para ulama penyebar Islam. Dari segi asal kata, dakwah berasal dari bahasa arab yaitu da'wah yang bermakna ajakan, ajakan yang dimaksudkan dalam konteks ini adalah ajakan yang mengandung seruan untuk beriman kepada Allah SWT

berdasarkan aqidah dan syariat Islam. Jika ditelusuri secara lebih mendalam, kata da'wah merupakan bentuk masdar atau kata benda dari bentuk fiil atau kata kerja dari da'a yad'u yang memiliki arti mengajak atau memanggil. Secara terminologi dakwah didefinisikan sebagai kegiatan yang bersifat mengajak dan memanggil orang untuk taat kepada Allah SWT sesuai dengan garis akidah, syariat, dan akhlak Islamiyah.

Perintah untuk melaksanakan dakwah dijelaskan dalam Al-Qur'an pada beberapa ayat, misalnya pada Surat Ali Imran ayat 104 "Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung" (QS. 3:104). Ayat ini secara tegas memberi penekanan bahwa diantara umat Islam mesti ada sekelompok orang yang bertugas melakukan dakwah dengan mengajak kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah terjadinya kemungkaran.

Perkara dakwah juga dibincang dalam Surat An-Nahl ayat 125 "Serulah manusia kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk" (QS. 16: 125). Dalam ayat ini Allah memberi pedoman kepada Nabi Muhammad SAW tentang cara berdakwah, bahwa dakwah harus dilakukan bukan untuk kepentingan pribadi sang pendakwah tetapi untuk agama Allah SWT. Allah juga memerintahkan kepada Rasulullah agar menyampaikan dakwah dengan hikmah, yakni dakwah dengan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan faedah, rahasia, dan maksud dari wahyu Allah dengan cara yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi agar umat mudah memahaminya.

Dengan perkataan lain proses sosial diartikan sebagai pengaruh timbal balik antara pelbagai segi kehidupan bersama baik itu antara sosial dan politik, politik dengan ekonomi dan hukum, dan seterusnya. Terjadinya ritme pengaruh timbal balik tersebut dilatarbelakangi karena adanya interaksi, tindakan, dan kemudian mengarah pada mobilitas dalam masyarakat. Ketiga hal ini menjadi satu kesatuan dalam sistem masyarakat yang membentuk terjadinya suatu proses sosial dengan segenap dinamikanya.

Dakwah berfungsi sebagai media interaksi sosial yang penting dalam masyarakat Kabupaten Bandung. Melalui dakwah, individu dan kelompok dapat saling berkomunikasi dan berbagi nilai-nilai kehidupan yang positif. Seperti yang dinyatakan oleh Nashruddin (2018), "Dakwah tidak hanya menjadi alat penyampaian pesan agama, tetapi juga sarana untuk membangun hubungan sosial yang harmonis." Proses ini tidak hanya memperkuat ikatan antaranggota masyarakat, tetapi juga menciptakan ruang untuk dialog yang konstruktif

antarberbagai kelompok, termasuk lintas agama dan budaya.

Interaksi sosial yang dibangun melalui dakwah dapat mengurangi kesalahpahaman dan memperkuat toleransi di tengah keragaman yang ada. Dengan melibatkan berbagai lapisan masyarakat, dakwah mendorong keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial, seperti pengajian, seminar, dan kegiatan amal. Hal ini memperkuat solidaritas sosial dan menciptakan lingkungan yang saling mendukung.

Lebih jauh lagi, dakwah yang berbasis pada prinsip inklusivitas dapat membantu membangun jaringan sosial yang kuat. Seperti yang diungkapkan Junaidi (2020), "Dakwah yang inklusif mampu menciptakan ruang interaksi yang luas dan memperkuat kohesi sosial." Melalui berbagai media, baik konvensional maupun digital, dakwah dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dan menciptakan interaksi yang lebih beragam. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya menjadi satu arah, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat dalam menyebarkan pesan-pesan kebaikan.

Interaksi adalah kunci dari semua kehidupan sosial dan merupakan dasar proses sosial. Tanpa adanya interaksi maka kehidupan bersama tidak akan pernah terwujud. Pergaulan hidup baru akan terjadi manakala orang-perorangan atau kelompok-kelompok manusia bekerjasama, mengadakan hubungan, kompetisi dan lain sebagainya. Jika dua orang bertemu, maka interaksi sosial dimulai saat itu. Mereka saling menegur, berjabat tangan, berbicara atau bahkan berkelahi.

Aktivitas semacam itu merupakan bentuk-bentuk interaksi sosial. Meskipun orang-orang bertemu muka tersebut tidak saling bebicara, namun masing-masing sadar adanya pihak lain yang menyebabkan perubahan dalam perasaan orang yang bersangkutan yang disebabkan oleh minyak wangi, bau keringat suara berjalan dan lain sebagainya. Kesemuanya akan menimbulkan kesan di dalam pikiran orang yang kemudian menentukan tindakan apa yang akan dilakukannya.

Begitu halnya dengan dakwah, dakwah sebagai interaksi karena dakwah merupakan suatu proses tindakan sosial yang dengannya masuk dan merajut hubungan-hubungan sosial yang dinamis baik antar perorangan, kelompok, maupun antar orang dengan kelompok yang melibatkan adanya komunikasi dan kontak sosial hingga sampai sekarang dakwah bisa mengglobal dalam sejarah perjalanan kehidupan manusia. Komunikasi dan kontak sosial menjadi syarat utama dan bahkan menjadi indikator kesuksesan dalam pelaksanaan dakwah. Nabi dan juga generasi penerusnya tidak akan pernah mampu menyebarkan dakwah yang syarat dengan sistem nilai manakala dakwah disampaikan dengan proses komunikasi yang tidak baik dan tidak didukung dengan adanya kontak sosial.

Sebagai proses, dakwah yang terjalin melalui proses interaksi syarat dengan

perangkat nilai mengenai kehidupan bermasyarakat untuk ditransformasikan oleh komunikator agar nilai tersebut bisa dipahami oleh manusia demi terciptanya keseimbangan sistem sosial kehidupan. Namun dalam proses pengequilibrium sistem sosial masyarakat tentu tidak semudah membalikkan telapak tangan. Masyarakat tidak mudah menerima nilai-nilai baru yang datang dari luar karena setiap masyarakat dimanapun berada sudah memiliki suatu sistem norma dan nilai-nilai tertentu yang dijadikan sebagai basis ideologi pandangan hidup. Dan dari sinilah, dalam interaksi dakwah dengan masyarakat akan terwujud dua hal yang disebut dengan proses asosiatif dan proses diasosiatif. Gilin dan Gilin (dalam Soekanto, 2001) merinci proses asosiatif kedalam tiga bentuk khusus yaitu akomodasi, asimilasi dan akulturas. Sedangkan proses diasosiatif dirinci kedalam bentuk persaingan, kontravensi dan pertentangan atau konflik.

Akomodasi menurut Gilin dan Gilin (dalam Soekanto, 2001) merupakan pengertian yang digunakan untuk menggambarkan suatu proses hubungan sosial yang artinya sama dengan adaptasi (adaptation) yang digunakan oleh ahli ilmu biologi untuk menunjuk pada suatu proses dimana makhluk hidup hidup menyesuaikan dirinya dengan alam sekitar. Dengan pengertian tersebut dimaksudkan agar orang-perorangan serta kelompok masyarakat manusia yang semula berada dalam kondisi bertentangan saling menyesuaikan diri untuk mengatasi ketegangan-ketegangan yang ada.

Jadi, dakwah dalam makna akomodasi adalah upaya dakwah untuk meredakan suatu pertentangan yang dilakukan dengan tujuan tercapainya kestabilan dan keharmonisan dalam kehidupan, menyelesaikan pertentangan tanpa menghancurkan kelompok masyarakat yang kontra sehingga mereka tidak kehilangan kepribadiannya. Dengan adanya akomodasi juga ditujukan untuk mengurangi pertentangan antara orang perorangan atau kelompok-kelompok manusia sebagai akibat perbedaan paham, mencegah meledaknya suatu pertentangan untuk sementara waktu atau secara temporer, memungkinkan terwujudnya kerja sama antara kelompok-kelompok sosial yang hidupnya terpisah sebagai akibat faktor-faktor sosial psikologis dan kebudayaan, dan mengusahakan peleburan antara kelompok-kelompok sosial yang terpisah.

Sedangkan asimilasi merupakan bentuk proses sosial yang ditandai dengan adanya usaha usaha mengurangi perbedaan-perbedaan di antara orang-orang atau kelompok manusia. Mereka tidak lagi merasa sebagai kelompok yang berbeda sebab mereka lebih mengutamakan kepentingan dan tujuan yang akan dicapai bersama yang dilandasi nilai-nilai ilahiyyah. Bila kedua kelompok masyarakat telah mengadakan asimilasi, batas antara kedua kelompok masyarakat itu dapat hilang dan keduanya berbaur menjadi satu kelompok. Dan disinilah yang merupakan perwujudan konsep rahmatalilalamin atau universalitas Islam.

Sementara kontravensi ditandai dengan reaksi tindakan penolakan, keengganhan, perlawanhan, perbuatan menghalang-halangi, protes, gangguan-

gangguan, perbuatan kekerasan, dan mengacaukan rencana kegiatan dakwah. karena itu dakwah menuntut keterorganisiran. Selain tindakan penolakan, interaksi disosiatif dalam bentuk kontravensi juga ditandai dengan; pertama, mencerca, memfitnah, melemparkan beban pembuktian kepada pihak lain. Kedua, intensif berupa penghasutan, menyebarkan desas-desus, mengecewakan pihak-pihak lain. Ketiga, rahasia yaitu mengumumkan rahasia pihak lain, perbuatan khianat. Keempat, taktis yaitu mengejutkan lawan, mengganggu atau membingungkan pihak lain, memaksa pihak lain dengan kekerasan, provokasi, dan intimidasi.

Eksplanasi di atas menegaskan bahwa dakwah sebagai interaksi sosial ingin mewujudkan masyarakat yang komunikatif. Ia kritis terhadap masyarakat yang telah mapan sejauh mereka tidak sepenuhnya memanfaatkan kemampuan belajar kebudayaan yang tersedia bagi mereka, melainkan membenamkan diri ke dalam sebuah pertumbuhan kompleksitas yang tak terkendali. Akan tetapi ia juga kritis terhadap pendekatan-pendekatan lain yang tak mampu menjelaskan paradoks rasionalisasi agama terhadap kemasayarakatan karena pendekatan tersebut membuat sistem sosial yang kompleks dalam masyarakat sebagai objek semata.

Artinya, ada proses pengaktualisasian nilai dalam hubungan antar masyarakat, antar da'i dan mad'u. Kearifan bagi pelaku dakwah berbaur dan berkelindan dengan masyarakat. Tidak terdapat jarak sosial antara pelaku dakwah dan masyarakat. Masyarakat bukan kumpulan manusia-manusia kosong yang tak punya apapun. Bukan seperti gelas kosong. Tetapi mereka telah memiliki seperangkat konsepsi nilai yang dijadikan sebagai dasar ideologi. Karenanya nilai-nilai ilahiyyah yang ditransformasikan tidak boleh mengabaikan nilai yang ada dalam masyarakat. Sebaliknya, mengakumulasikan antara nilai budaya lokal dengan nilai ketuhanan yang nantinya melahirkan nilai baru tanpa menghilangkan nilai-nilai masyarakat yang ada. Dalam perkataan lain dakwah harus berbudaya dan melahirkan kebudayaan, dakwah harus bernilai dan melahirkan nilai-nilai, serta dakwah harus bermoral dan melahirkan moral.

Dakwah memiliki peran penting dalam mobilisasi sosial di Kabupaten Bandung, dengan kemampuan untuk menggerakkan masyarakat menuju perubahan yang positif. Melalui penyampaian pesan yang jelas dan terarah, dakwah tidak hanya meningkatkan kesadaran spiritual, tetapi juga mendorong keterlibatan masyarakat dalam berbagai aktivitas sosial. Seperti yang dinyatakan oleh Khalid (2019), "Dakwah dapat menjadi alat yang efektif untuk mengmobilisasi masyarakat dalam mencapai tujuan bersama."

Mobilisasi sosial melalui dakwah sering kali terlihat dalam berbagai program komunitas, seperti kegiatan amal, pendidikan, dan pemberdayaan ekonomi. Dengan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif, dakwah menciptakan rasa memiliki dan tanggung jawab bersama terhadap isu-isu yang

dihadapi. Selain itu, dakwah juga mampu menggalang solidaritas antaranggota masyarakat, sehingga tercipta kolaborasi yang lebih kuat dalam menyelesaikan berbagai masalah sosial.

Melalui pendekatan yang inklusif, dakwah dapat menjangkau semua lapisan masyarakat, memperkuat jaringan sosial yang ada. Aminah (2020) mengungkapkan bahwa, "Dakwah yang inklusif tidak hanya menyentuh aspek spiritual, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan perubahan sosial yang nyata." Dengan demikian, pesan-pesan dakwah mampu memotivasi masyarakat untuk bergerak bersama dalam mencapai tujuan sosial yang lebih besar.

Sebagai sebuah aktivitas, dakwah harus bertumpu pada tujuan lahirnya gairah kehidupan manusia menuju kehidupan yang sesuai dengan tujuan penciptaan manusia, sebagai khalifah Allah swt. dan, sebagai khalifah, manusia dituntut untuk menjadi insan kamil, manusia yang memiliki keupayaan diri mengendalikan alam lingkungannya untuk kebahagiaan kehidupan. Dengan demikian, diharapkan iapun memiliki keupayaan untuk membahagiakan orang lain.

Oleh karena itu, dakwah harus bersifat dinamis, mobile, tidak statis apalagi monoton, baik metode dan meterinya. Dinamisasi aktivitas dakwah sjatinya menggambarkan tindakan yang terencana untuk tujuan:

Perubahan standar hidup; Kenaikan penghasilan tidak secara otomatis menaikkan status tetapi akan merefleksikan suatu standar hidup yang lebih tinggi. Ini yang akan mempengaruhi peningkatan status. Untuk itu, dakwah harus mampu mendorong umat dalam upaya peningkatan kualitas hidupnya. Materi-materi dakwah, untuk tujuan ini, mesti merupakan solusi, pemberi spirit kepada masyarakat untuk perubahan standar hidup.

Perubahan tingkah laku; Kelanjutan dari keinginan untuk peningkatan kualitas hidup, maka harus diiringi dengan tindakan (action) dan sikap atau perilaku (attitude). Aktivitas dakwah, merupakan upaya yang gigih dalam menciptakan tindakan dan perilaku yang mencerminkan keinginan masyarakat (umat) untuk memperbaiki kualitas kehidupan mereka. Atau, pada saat lain, dakwah pun adalah kegigihan untuk merubah cara pandang, sikap dan tindakan masyarakat dari yang bersifat destruktif menuju kondisi yang kondusif, konstruktif. Tindakan, sikap dan perilaku yang cenderung permanen, menjadi kebiasaan, pembiasaan menuju budaya-budaya yang bernilai positif.

Dakwah memiliki peran penting dalam dinamika sosial, terutama dalam konteks masyarakat yang terus berubah. Dalam menghadapi tantangan seperti konflik, intoleransi, dan ketidakadilan, dakwah dapat menjadi alat yang efektif untuk menciptakan kesadaran kolektif dan mempromosikan nilai-nilai positif. Dakwah berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan individu dan komunitas, mendorong interaksi dan dialog yang konstruktif di antara berbagai kelompok.

Dinamika sosial yang terjadi sering kali mempengaruhi cara dakwah disampaikan. Dengan meningkatnya akses informasi dan perkembangan teknologi, pendekatan dakwah harus adaptif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Sebagaimana diungkapkan oleh Zainuddin (2021), "Dakwah harus mampu menjawab tantangan zaman agar dapat berfungsi secara optimal dalam dinamika sosial yang ada."

Dakwah juga dapat membantu membentuk identitas sosial masyarakat. Dalam konteks keragaman, dakwah yang inklusif berpotensi memperkuat toleransi dan saling pengertian antaranggota masyarakat. Melalui pesan-pesan yang menyentuh aspek kemanusiaan, dakwah mendorong masyarakat untuk bersatu dan saling mendukung.

Kemudian, jika kita memperhatikan fenomena dakwah hari ini, dakwah tidak lagi dilakukan secara konvensional dalam artian hanya dilakukan lewat jalan tabligh, sekarang dakwah dikemas dengan sangat variatif, sehingga tidak heran jika akhir-akhir ini bermunculan model-model dakwah yang bisa kita saksikan lewat televisi, radio, bahkan internet, mulai dari model ceramah, zikir bersama, reality show atau bahkan film dan sinetron yang kesemuanya dapat kita nikmati kapan saja lewat layar kaca di rumah kita. Terlebih lagi pada saat bulan ramadhan, seolah menemukan momentumnya seluruh stasiun televisi tidak ada yang tidak menyiarakan siaran dakwah karena banyak diburu oleh pemirsa lebih-lebih pemasang iklan.

PENUTUP

Perkembangan dan perubahan pesan dakwah itu semua dipengaruhi oleh proses sosial, interaksi sosial, mobilitas sosial dan dinamika sosial yang menghasilkan sebuah realitas dakwah dengan pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan masyarakatnya. Hal itu juga tentu tidak mengenyampingkan dengan pemenuhan aspek kognitif, aspek afektif dan aspek psikomotorik dalam pengemasan pesan dakwahnya. Sehingga dakwah bukan hanya sebatas menyampaikan ajakan kepada kebaikan saja, melainkan juga ada nilai-nilai luhur sesuai dengan situasi dan kondisi dimana juru dakwah menyampaikan pesan dakwahnya yang jauh bermuatan filosofis serta dapat diterima dengan baik oleh para objek dakwanya.

Transformasi pesan dakwah dan mobilisasi sosial merupakan dua aspek yang saling terkait dalam menciptakan perubahan positif di masyarakat. Melalui transformasi pesan, dakwah dapat disesuaikan dengan konteks sosial dan budaya yang ada, sehingga lebih relevan dan mampu menjawab tantangan zaman. Pesan dakwah yang inklusif dan adaptif mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat, mendorong partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan sosial.

Mobilisasi sosial yang dihasilkan dari dakwah memperkuat solidaritas dan jaringan sosial di masyarakat. Dakwah yang berhasil tidak hanya menyentuh aspek spiritual, tetapi juga menggerakkan masyarakat untuk terlibat dalam isu-isu sosial yang penting, seperti pendidikan, kesehatan, dan lingkungan. Dengan demikian, dakwah menjadi motor penggerak perubahan yang berdampak luas, menciptakan masyarakat yang lebih adil, harmonis, dan sejahtera.

Secara keseluruhan, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyebaran ajaran agama, tetapi juga sebagai alat untuk membangun kesadaran kolektif dan mendorong mobilisasi sosial. Ini menunjukkan bahwa dakwah memiliki potensi besar dalam menciptakan perubahan sosial yang signifikan, menjadikan masyarakat lebih responsif dan proaktif dalam menghadapi berbagai tantangan dan dinamika sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S. (2020). Dakwah inklusif dan dampaknya terhadap mobilisasi masyarakat. Yogyakarta: Penerbit ABC.
- Azwar, W. (2014). Sosiologi dakwah. Padang: Imam Bonjol Press.
- Hasan, M. (2019). Dakwah sebagai sarana interaksi sosial. Yogyakarta: Penerbit ABC.
- Hasyim, M. (2021). Dakwah di era digital: Tantangan dan peluang. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Junaidi, M. (2020). Dakwah inklusif: Membangun jaringan sosial di era modern. Yogyakarta: Penerbit ABC.
- Khalid, A. (2019). Dakwah dan mobilisasi sosial: Strategi untuk perubahan. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Kusnawan, A., et al. (2004). Komunikasi dan penyiaran Islam. Bandung: Benang Press.
- Kusnawan, A., et al. (2014). Kajian dakwah multiperspektif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nashruddin, A. (2018). Dakwah dan hubungan sosial: Membangun komunitas harmonis. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Nasution, A. (2020). Transformasi dakwah dan perannya dalam masyarakat modern. Jakarta: Penerbit XYZ.

- Rasyid, H. (2021). Politik dan dakwah: Dinamika dalam konteks kebangsaan. Yogyakarta: Penerbit XYZ.
- Sasono, A. (1998). Solusi Islam. Jakarta: Gema Insani Press.
- Soekanto, S. (2007). Sosiologi suatu pengantar. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sukardi, M. (2019). Transformasi dakwah untuk masyarakat inklusif. Bandung: Penerbit QWERTY.
- Wahid, A. (2019). Dialog antaragama: Kunci membangun masyarakat harmonis. Yogyakarta: Penerbit ABC.
- Zainuddin, A. (2020). Dakwah dan ekonomi: Membangun kesejahteraan bersama. Jakarta: Penerbit ABC.
- Zainuddin, A. (2021). Dinamika sosial dan peran dakwah dalam masyarakat. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Zulkarnaini. (2015). Dakwah Islam di era modern. *Jurnal Risalah*, 26(3), 151–158.

