

Peta Dakwah Kecamatan Sawangan Kota Depok

Syamsul Yakin
 Syamsul.Yakin@uinjkt.ac.id
 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Abstract

The conditions of da'wah with various problems and solutions need to be mapped. This paper aims to provide an analysis based on research. The research is directed to collect data to arrange da'wah map at Sawangan sub district of Depok. The research uses descriptive-analytical to describe the facts of da'wah at Sawangan sub district of Depok. The method of the study is a qualitative which data are taken by using interviews. The study uses Simple Random Sampling to 100 respondents. The result of the study shows that with a comprehensive map, along with professional planning and implementation, da'wah will provide solutions to various problems of Muslims.

Keywords: da'wah map, da'i, mad'u, Sawangan Sub District

Abstrak

Kondisi dakwah dengan berbagai permasalahan dan solusinya perlu dipetakan. Artikel ini bertujuan untuk memberikan analisis berdasarkan penelitian. Penelitian ini diarahkan untuk mengumpulkan data untuk membuat peta dakwah di Kecamatan Sawangan Depok. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan fakta dakwah di Kecamatan Sawangan Depok. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang pengambilan datanya menggunakan wawancara. Jumlah responden yang diwawancara adalah 100 pendakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan peta yang lengkap, disertai perencanaan dan pelaksanaan yang profesional, dakwah akan memberikan solusi bagi berbagai permasalahan umat Islam.

Kata Kunci: peta dakwah, da'i, mad'u, Kecamatan Sawangan

Permalink/DOI: <http://doi.org/10.15408/dakwah.v24i2.18341>

Pendahuluan

Secara praksis dakwah memerlukan adanya sistem perencanaan yang memadai agar dapat mencapai hasil dan tujuan yang diharapkan¹ Salah satu perencanaan yang dimaksud adalah memahami secara obyektif dan

komprehensif sasaran dakwah (*mad'u*) sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi dakwah yang tepat bagi pelaku dakwah (*dai*) dalam melaksanakan tugasnya pada suatu komunikasi tertentu.² Agar dakwah bisa dilakukan dengan secara efisien, efektif,

dan sesuai dengan kebutuhan, sudah waktunya dibuat dan disusun stratifikasi sasaran dakwah dalam sebuah peta dakwah. Peta dakwah adalah informasi yang lengkap mengenai kondisi obyektif unsur maupun komponen dari sistem dakwah baik raw (materi dakwah), input, konversi, output, feedback, maupun environmental.³

Sementara itu, perencanaan dakwah tidak akan mengenai sasaran manakala tanpa berbasis data yang valid. Data valid hanya dapat diperoleh dari suatu penelitian yang akurat. Penelitian dakwah akan menghasilkan bank data. Peta dakwah dibuat berdasarkan bank data ini. Seyogyanya perencanaan dan pelaksanaan dakwah mengacu kepada data yang ada pada peta dakwah yang dibuat secara deskriptif, table, grafik, bagan dan lainnya. Secara berturut-turut dapat dikatakan bahwa riset menghasilkan bank data yang kemudian menjadi bahan untuk menyusun peta dakwah, perencanaan dan pelaksanaan dakwah berdasarkan informasi dari peta dakwah. Isi peta dakwah secara komprehensif juga memuat identifikasi masalah dakwah pada suatu daerah tertentu.⁴

Dalam tulisan ini, skope kajian dibatasi hanya di daerah Kecamatan Sawangan Kota Depok. Namun paling tidak peta dakwah di Kecamatan Sawangan Kota Depok ini mampu memberikan gambaran sistematis dan terinci tentang subyek, obyek, dan lingkungan dakwah di daerah itu.⁵ Sekadar informasi, di Kecamatan Sawangan terdiri dari tujuh kelurahan, yakni Sawangan, Sawangan Baru,

Cinangka, Kedaung, Pengasinan, Bedahan, dan Pasir Putih. Ketujuh kelurahan inilah yang akan menjadi satuan unit utama penelitian dan penulisan peta dakwah Kecamatan Sawangan.

Adapun masalah yang akan dijawab dengan penelitian ini adalah bagaimana potensi sosial, dan keagamaan; Bagaimana identitas, kecenderungan pemikiran, dan aktivitas pelaku dakwah; bagaimana pesan dakwah yang disampaikan pelaku dakwah; bagaimana pendekatan, strategi, dan metode dakwah; dan bagaimana media dakwah yang digunakan di Kecamatan Sawangan? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami potensi sosial dan keagamaan; menjelaskan identitas, kecenderungan pemikiran, dan aktivitas pelaku dakwah; mengkritisi pesan dakwah yang disampaikan pelaku dakwah; memahami pendekatan, strategi, dan metode dakwah; mengidentifikasi media dakwah yang digunakan di Kecamatan Sawangan?

Setidaknya ada dua manfaat penelitian dan penulisan Peta Dakwah Kecamatan Sawangan ini, yakni manfaat praktis dan manfaat teoritis. Manfaat praktis adalah sebagai berikut: Pertama, manfaat praktis adalah memberikan masukan bagi Pemerintah Kota Depok, khususnya dalam bidang keagamaan berdasarkan Peta Dakwah Kecamatan Sawangan. Kedua, diharapkan Pemerintah Kota Depok dapat membuat suatu perencanaan pembangunan mental dan spiritual sesuai dengan kondisi obyektif keagamaan di Kecamatan

Sawangan. Ketiga, diharapkan Peta Dakwah Kecamatan Sawangan bisa menjadi referensi bagi para dai dalam berinteraksi dengan masyarakat Kecamatan Sawangan sehingga dai memahami benar ikhwal kondisi psikologis, sosiologis dan ekonomis masyarakat Kecamatan Sawangan.

Selain itu, manfaat teoritis adalah sebagai berikut: Pertama, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan secara akademis mengenai teori ilmu dakwah baik mengenai dai, mad'u, maupun logistik dakwah. Kedua, penelitian ini diharapkan menjadi suatu pendekatan baru dalam teori ilmu dakwah yakni pendekatan berbasis data baik table, grafik, dan bagan. Seperti diketahui, pendekatan ilmu-ilmu sosial dalam studi dakwah adalah sudut pandang atau cara melihat dan memperlakukan dakwah yang menjadi perhatian studi dari sudut pandang tertentu. Misalnya, psikologi,⁶ historis,⁷ komunikasi,⁸ sosiologi,⁹ dan politik.¹⁰ Semua pendekatan di atas dapat dikategorikan sebagai pendekatan logis atau obyektif. Sebagai lawannya, mungkin saja, adalah pendekatan normatif atau subyektif dalam memahami studi dakwah yang tidak bisa diverifikasi kecuali oleh mereka yang memiliki pandangan normatif tertentu yang serupa

Penelitian Sebelumnya

Pertama, sebuah buku berjudul *Peta Dakwah Sumatera Utara* karya Prof. Dr. H. Sykur Kholil, MA., dkk. Buku ini menyajikan peta dakwah Sumatera Utara dengan kabupaten kota sebagai

unit utama penelitiannya. Informasi data terkait data kependudukan, pola keberagamaan, data organisasi dan majelis taklim, lembaga dakwah, mengenai dai, sarana dan prasarana dakwah, hingga peristiwa pernikahan dan perceraian yang terjadi.¹¹ Kedua, sebuah jurnal yang berjudul "Analisis SWOT Dakwah di Indonesia: Upaya Merumuskan Peta Dakwah" karya Abdullah dosen Fakultas Dakwah IAIN Sumatera Utara. Isinya membincang suatu analisis kekuatan dakwah, analisis kelemahan dakwah, analisis peluang dakwah, dan analisis tantangan dakwah. Dari keempat analisis SWOT ini penulis menawarkan perumusan peta dakwah. Tentu secara lebih luas informasi di dalamnya tidak komprehensif karena ditulis sebagai sebuah jurnal.¹²

Ketiga, sebuah jurnal lagi yang berjudul "Urgensi Peta Dakwah" yang ditulis Rohmanur Aziz seorang dosen UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Di dalam tulisan ini untuk merumuskan peta dakwah diperlukan dua hal. Pertama, pendekatan dakwah. Yakni, melakukan pendekatan dakwah personal, pendekatan pendidikan, pendekatan penawaran, pendekatan misi, pendekatan korespondensi, dan pendekatan diskusi. Kedua, dalam jurnal tersebut diungkap mengenai karakteristik masyarakat dakwah yang dapat ditandai dari cirri-ciri yang dimiliki oleh masyarakat dakwah seperti pola interaksi, teritorial, kesaling-ketergantungan, memanggul adat istiadat, dan identitas primordial.¹³ Keempat, satu jurnal yang ditulis oleh Nawawi seorang dosen STAIN

Purwokerto yang berjudul, “Peta Dakwah di Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas”. Isinya meliputi komposisi penduduk muslim di Kecamatan Sumbang, jumlah rumah ibadah, jumlah dai, termasuk pendidikan dan pekerjaan mad'u.¹⁴

Kerangka Teori

1. Peta Dakwah

Pada bagian awal sudah diungkapkan bahwa agar dakwah dapat dilakukan dengan secara efisien, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan, harus dibuat dan disusun stratifikasi sasaran dakwah dalam sebuah peta dakwah. Peta dakwah adalah informasi yang lengkap mengenai kondisi obyektif unsur maupun komponen dari sistem dakwah baik raw (materi dakwah), input, konversi, output, feedback, maupun environmental.¹⁵ Dikemukakan, peta dakwah dapat berarti suatu gambaran sistematis dan terperinci tentang dai dan mad'u atau subyek dakwah dan obyek dakwah, termasuk lingkungan dakwah pada suatu unit daerah tertentu. Secara ringkas gambaran peta dakwah itu meliputi: pertama, diskripsi keadaan. Hal ini dapat dituangkan dalam bentuk uraian, dan dapat dalam bentuk table, grafik, bagan, dan cara lainnya yang berkaitan dengan setiap komponen. Kedua, identifikasi masalah dakwah.¹⁶

2. Dai

Secara etimologis dai adalah orang yang melakukan dakwah. Sebagai isim fa'il (subyek) dari kata *da'a-yad'u* atau menyeru. Secara terminologis, dai adalah orang yang menyampaikan tentang ajaran Islam yang mengajarkan

dan berusaha untuk merealisasikannya.¹⁷ Secara sosiologis, dai sering disebut sebagai salah satu subyek dakwah, di luar perencana dakwah dan pengelola dakwah.¹⁸ Secara antropologis, dai adalah makhluk manusia berbudaya yang memberikan pedoman kepada masyarakat yang diartikulasikan secara lisan, tulisan, maupun perbuatan yang semua itu adalah pengetahuan dan ajaran tentang keyakinan.¹⁹ Namun dai berbeda atau tidak sama dengan pekerja sosial (*social worker*). Dalam konteks ini, pekerja sosial hanyalah aspek kecil saja dari fungsi dai.²⁰

Hal yang perlu juga diungkap di sini adalah bahwa dai tidaklah sama atau identik dengan penceramah. Sejalan dengan pergeseran konsep dari orasi atau tabligh ke transformasi atau *iqamat al-mujtama' al-islamiy* dan dengan belajar dari dai pertama, yakni Nabi Muhammad SAW, dan para ulama sepanjang sejarah, termasuk para wali Sembilan yang mengembangkan Islam di Indonesia, maka dapat dikatakan bahwa dai secara substantif adalah pengembang masyarakat Islam atau *developer ummah* dan secara otomatis dai juga merupakan pemimpin masyarakat atau umat Islam (*leader of ummah*). Maka itu, dai harus dipahamai dari sejumlah sisi baik visi, kompetensi, kapabilitas, dan kekuatan lain yang dimilikinya.²¹

Jadi dai sebagai pemimpin, pembimbing, dan panutan umat bukan hanya menjadi bagian dari dirinya dan masyarakat kecil seperti keluarga. Tetapi lebih jauh, dai sudah menjadi bagian dari masyarakat luas, dai sudah terintegrasi sebagai bagian dari umat dan bagian dari

masyarakat. Dalam konteks ini adalah masyarakat yang menjadi sasaran dakwah atau mad'u. Yaitu, masyarakat kolektif (*social collective*) baik dalam bentuk lapisan masyarakat patembayan (*gesselschaft*) maupun masyarakat paguyuban (*gemeinschaft*) atau ummah dalam konsep Islam.²² Oleh karena itu, saking lekatnya dai dengan umat yang diikuti serta dinikmati pesan-pesannya yang beretorika tinggi, hingga ada dai yakni KH Zainuddin MZ mendapat gelar "dai sejuta umat".

3. Mad'u

Secara etimologis kata mad'u adalah *isim maf'ul* dari kata *da'a-yad'u* artinya bisa dikatakan sebagai obyek dakwah atau penerima dakwah. Secara terminologis, mad'u adalah orang-orang yang disampaikan kepadanya dakwah atau orang-orang yang didakwahi.²³ Dalam proses dakwah selanjutnya, mad'u itu dapat bersifat individu, kelompok, massa dan publik. Secara sosiologis, mad'u itu adalah penerima dakwah yang aktif dan dinamis dengan sejumlah karakteristik yang berbeda-beda satu sama lain. Oleh karena itu untuk memahami mad'u diperlukan kajian dakwah dengan pendekatan ilmu-ilmu lain seperti ilmu-ilmu sosial.²⁴ Baik itu ilmu psikologi, sosiologi, komunikasi, dan yang lainnya.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menurut bidangnya adalah penelitian sosial (*social research*) dalam bentuk penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat eksploratif pada taraf deskriptif dan verifikatif.²⁵ Untuk itu, penelitian yang dilakukan lebih

mengutamakan metode penelitian kualitatif.²⁶ Metode ini menekankan pada makna, penalaran, dan definisi suatu situasi tertentu. Tujuan akhirnya adalah mengembangkan pengertian-pengertian, konsep-konsep hingga menjadi teori. Dalam penelitian kualitatif, instrumen penelitian adalah peneliti itu sendiri. Selain itu, dalam penelitian ini, peneliti juga berkedudukan sebagai pembuat perencanaan, pelaksana, pengumpul data, dan yang memberikan laporan hasil penelitian. Selain itu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan deskriptif-kritis dan pendekatan komparatif.

2. Wilayah Penelitian

Wilayah penelitian adalah Kecamatan Sawangan Kota Depok Provinsi Jawa Barat yang terdiri dari tujuh kelurahan yakni Sawangan, Sawangan Baru, Cinangka, Kedaung, Pengasinan, Bedahan, dan Pasir Putih. Ketujuh kelurahan tersebut merupakan obyek penelitian tanpa membagi ke dalam sampel. Artinya penelitian ini tidak mereduksi obyek, gejala atau kejadian yang dimaksudkan, begitu juga tidak melakukan generalisasi hasil-hasil penelitian.²⁷ Dengan begitu, data yang diambil berasal dari ketujuh kelurahan tersebut. Oleh karena itu, langkah awal yang ditempuh untuk melakukan penelitian ini adalah: penegasan wilayah penelitian, pembuatan pedoman penelitian seperti wawancara dan angket, dan konsultasi kepada para ilmuwan bidang terkait.

3. Sumber Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik kepustakaan.

Data diperoleh dari sumber yang otentik dan dapat dipertanggungjawabkan. Data yang dikumpulkan adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari data yang tersedia Pemerintah Kota Depok, Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Depok, Kantor Kementerian Agama Kota Depok, Kantor Urusan Agama di Tujuh Kelurahan, dan Kantor Kelurahan di Tujuh Kelurahan. Selain tentunya hasil wawancara dengan sejumlah sumber yang sudah direncanakan. Data sekunder diperoleh dari karya-karya orang lain yang membahas obyek yang sedang diteliti.

4. Analisis Data

Setelah data terkumpul, maka dilakukan analisis terhadap data-data tersebut. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode historis dan metode deskriptif. Metode historis digunakan untuk mendapatkan data yang melingkupi situasi dan kondisi pada masa sejak Kecamatan Sawangan berdiri, baik dari segi sosial, budaya maupun keagamaan. Sedangkan metode deskriptif dipakai untuk melakukan penggambaran kondisi obyektif seluruh aktifitas dakwah di Kecamatan Sawangan yang diperagakan secara kolosal baik oleh dai dan mad'u dengan menggunakan logistik dakwah yang ada dan ditemukan di Kecamatan Sawangan Kota Depok.

Secara teoritis, penelitian ini menggunakan teori Karl Mannheim tentang sosiologi pengetahuan yang merupakan cabang sosiologi yang mempelajari hubungan antara pengetahuan dan masyarakat yang fokus kajiannya adalah kondisi sosial dan

kondisi eksistensial dari pengetahuan, terutama yang menyangkut eksistensi sosiologis dari pengetahuan dan masyarakat.²⁸ Begitu juga teori Michael Foucault²⁹ tentang *total history* yang menyatakan bahwa *total history* adalah sebuah usaha untuk menggambarkan semua fenomena di sekitar titik pusat yang tunggal. Di samping itu akan digunakan juga teori-teori yang bertebaran dalam studi ilmu dakwah baik terkait peta dakwah, dai, dan mad'u.

Obyek Penelitian

Yang dimaksud di sini adalah obyek penelitian dakwah. Secara lebih rinci obyek penelitian dakwah dalam penelitian dan penulisan peta dakwah Kecamatan Sawangan ini ada tiga.³⁰ Pertama, obyek dakwah yang meliputi individu dan institusi. Kedua, Subyek dakwah dan aktifitas dakwah yang meliputi kondosi organisasi atau pengelola dakwah, dai aktif, aktifitas dakwah nonlisan, keadaan partisipan, dan wilayah dakwah. Ketiga, Lingkungan dakwah yang meliputi keadaan demografis, geografis, dan lain sebagainya.

Identitas, Kecenderungan

Pemikiran, Gerakan Dakwah

Dari 100 responden yang diidentifikasi sebagai subyek dakwah (da'i), 82 orang adalah laki-laki (da'i) dan 18 orang perempuan (daiyah). Rasio perbandingan laki-laki dan perempuan pendakwah menunjukkan adanya perbedaan tajam di antara keduanya. 100 dai dan daiyah inilah yang aktif berdakwah di tujuh kelurahan di

Sawangan. Jika dibuat presentase, berdasarkan data responden yang masuk, sebanyak 82 persen yang aktif berdakwah adalah laki-laki. Sedangkan perempuan yang aktif berdakwah berjumlah 18 persen saja.

Latar belakang pendidikan dai juga beragam. Mulai dari yang berpendidikan SD sebanyak 7 orang, SMP 3 orang, SMA 22 orang, D3 ada satu orang. Namun sebagian besar dai adalah berpendidikan S1, yakni sebanyak 51 orang. Lulusan S2 sebanyak 12 orang dan doktor hanya satu orang. Ada tiga dai yang tidak menyebutkan latar belakang pendidikannya.

Di samping pendidikan formal dari 100 responden atau dai dan daiyah 31 orang mengaku tidak pernah belajar di pondok pesantren atau 31 persennya. Namaun mayoritas responden atau sebanyak 66 orang atau 66 persen mengakui pernah belajar di pondok pesantren. Ada tiga responden yang tidak memberi informasi mengenai hali ini. Selain itu, dari 66 responden yang mengaku belajar di pesantren, ada lima orang yang mengaku belajar di pondok pesantren selama lebih dari 9 tahun. 6 orang selama 7-9 tahun. 27 orang mengaku mengenyam pendidikan selama 4-6 tahun. Ada 8 orang yang hanya belajar di pesantren selama 1-3 tahun. Bahkan ada 1 orang yang hanya kurang dari setahun belajar di pesantren. Sisanya 19 orang tidak menyebutkan lamanya tinggal di pesantren.

Dari segi usia, sebanyak 34 orang atau 34 persen dai dan daiyah di Sawangan berusia antara 36-45 tahun. Usia produktif ini adalah angka tertinggi

dari 100 responden. Di bawahnya, yakni sebanyak 30 orang atau 30 persen adalah usia antara 46-55 yang juga tergolong masih produktif. Pemahaman tentang batasan usia produktif bisa dipelajari dari sumber-sumber terkait. Lebih sedikit lagi adalah dai dan daiyah yang berusia 56-65 tahun yakni berjumlah 12 orang atau 12 persen. Lalu sebanyak 12 orang dai dan daiyah atau 12 persen berusia antara 25-35 tahun. Yang menarik, ternyata di Sawangan dari 100 dai dan daiyah yang diteliti, ada 7 orang atau 7 persen yang telah berusia di atas 65 tahun. Ada dua orang dai atau daiyah yang diketahui berusia kurang dari 25 tahun. Dari 100 dai dan daiyah ini ada 3 orang yang tidak menyebutkan usianya.

Mengenai madzhab fikih yang diikuti oleh 100 dai dan daiyah di Sawangan, Madzhab Hanafi hanya diikuti oleh satu orang dan Maliki tidak ada yang mengikuti. Sedangkan mayoritas dai dan daiyah bermadzhab Syafi'i, yakni sebanyak 89 orang atau 89 persen. Ada seorang yang mengaku bermadzhab Hanbali atau 1persen. Kemudian sebanyak 9 persen atau 9 orang yang tidak menjawab, tepatnya mengaku tidak bermadzhab. Jadi dari total 100 responden tidak ada yang mengaku mengikuti lebih dari satu madzhab.

Asy'ariyah menjadi orientasi kalam yang paling banyak diikuti, yakni dijawab oleh 80 orang atau 80 persen. Menariknya, ada 6 dai dan daiyah di Sawangan atau 6 persen yang orientasi pemikiran kalamnya mengaku mengikuti Muktazilah. Sedangkan Maturidiyah sendiri yang lebih dekat ke Asy'ariyah

hanya ada 4 orang atau 4 persen yang menjawabnya. Tentu hal ini memerlukan kajian lebih lanjut. Lalu dari seluruh dai dan daiyah yang ada di Sawangan tidak ada seorang pun yang mengaku beraliran Syi'ah. Namun di luar itu, ada yang 14 responden atau 14 persen yang tidak menjawab mengenai orientasi pemikiran kalam ini.

Organisasi Massa atau ormas yang berkembang pesat di Sawangan adalah NU dan Muhammadiyah. Dari 100 responden ini ada yang mengaku mempunyai dua ormas jadi total jawaban ada 102. Yang mengaku sebagai warga NU ada sebanyak 79 orang atau 89 persen dari total jawaban. Hal ini paralel dengan responden yang bermadzhab fikih Syafi'i dan berhaluan kalam Asy'ariyah yang dominan di Sawangan. Untuk responden yang mengaku sebagai warga Muhammadiyah ada 12 orang atau 12,24 persen dari total jawaban. Namun sejumlah 7,14 persen atau 7 orang menjawab lainnya. Sebanyak 4 jawaban tidak ditulis nama ormas lainnya. Sebanyak 2 jawaban menyebut Front Pembela Islam (FPI) dan satu Ikhwanul Muslimin. Tentu ini masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Ada 4 orang atau 4,08 persen yang tidak bersedia menjawab latar belakang ormas mereka.

Dari 100 responden ini ada yang mengaku mempunyai dua kiblat jadi total jawaban ada 101. Kecenderungan kiblat politik responden di Sawangan didominasi oleh politik religius yakni sebesar 74 jawaban atau 74,74 persen. Sisanya terdistribusikan untuk mereka yang mengaku sebagai nasionalis yang berjumlah 14 jawaban atau 14,14 persen.

Tidak ada responden yang mengaku berkecenderungan politik sekuler. Di luar religius, nasionalis dan sekuler ada 5 orang atau 5,05 persen yang menjawab lainnya, namun tidak menyebutkannya. Di atas itu, ada 8 orang atau 8,08 persen yang tidak menjawab. Berdasar data ini, dai dan daiyah di Sawangan mayoritas bermadzhab fikih Syafi'i, berorientasi kalam Asy'ariyah, berormas NU, dan berkecenderungan pemikiran politik religius.

Dari 100 responden ini ada yang memilih lebih dari satu jawaban tentang pertanyaan paradigma hubungan agama dan negara sehingga terdapat 102 jawaban. Ada tiga paradigma hubungan antara agama dan negara, yakni konservatif, sekuler, dan modern. Mayoritas responden menjawab konservatif, yakni sebanyak 74 orang atau 75,48 persen dari total jawaban. Dalam penelitian ini memang tidak disertakan alasan mengenai hal itu. Tidak ada responden yang menjawab sekuler. Namun ada 17 orang atau 17,34 yang menjawab modernis. Jadi paradigma konservatif diimbangi juga dengan paradigma modernis sehingga paradigma hubungan antara agama dan negara tampak lebih beragam. Di luar ketiga paradigma itu, ada 11 responden yang tidak bersedia menjawab.

Gerakan dakwah dalam penelitian ini dibagi tiga yakni kultural, struktural, dan politik. Jawaban responden paralel dengan latar belakang ormas mayoritas yang dijawab sebelumnya yakni NU dan Muhammadiyah yang melakukan gerakan dakwah kultural. Hal ini terlihat 82 orang menjawab gerakan dakwah

kultural. Hanya 15 orang saja yang menjawab struktural. Ini mengindikasikan ada di antara para dai dan daiyah di Sawangan yang menduduki jabatan struktural tertentu di pemerintahan kemudian memanfaatkannya untuk berdakwah. Yang menarik adalah ada 5 orang yang menjawab gerakan dakwah politik yakni sebanyak 5 orang. Belum diteliti lebih jauh jabatan politik apa yang diemban para dai dan daiyah di Sawangan hingga melakukan gerakan dakwah politik. Sedangkan sisanya 6 orang tidak menjawab. Ada 108 jawaban tentang hal ini yang bisa dipahami ada sejumlah responden yang menjawab lebih dari satu jawaban.

Pesan Dakwah

Ada 201 jawaban tentang hal ini yang bisa dipahami ada sejumlah responden yang menjawab lebih dari satu jawaban. 90 responden mengaku bahwa bidang akidah yang paling sering disampaikan kepada masyarakat adalah mengenai iman kepada Allah. Tapi sangat jauh bedanya untuk responden yang mengaku bahwa bidang akidah yang paling sering disampaikan kepada masyarakat adalah mengenai iman kepada malaikat, yakni hanya 18 orang. Iman kepada kitab hanya dijawab oleh 21 responden. Iman kepada rasul 27 responden. Iman kepada kiamat hanya dijawab oleh 21 responden. Iman kepada takdir hanya dijawab 19 responden. Sisanya yakni sebanyak 5 orang abstain. Belum diketahui alasan para responden mengenai begitu jauhnya angka beriman

kepada Allah dengan 5 rukun iman lainnya.

Terdapat 151 jawaban tentang hal ini yang bisa dipahami ada sejumlah responden yang menjawab lebih dari satu jawaban. 93 responden mengaku bahwa bidang ibadah yang paling sering disampaikan kepada masyarakat adalah mengenai shalat. Sama halnya dengan bidang akidah terdapat perbedaan angka yang mencolok. Misalnya, dibandingkan dengan shalat, sangat jauh bedanya untuk responden yang mengaku bahwa bidang ibadah yang paling sering disampaikan kepada masyarakat adalah mengenai puasa, yakni hanya 23 orang. Di bawah puasa ada zakat yang hanya dijawab oleh 18 responden. Di bawah zakat ada haji yang hanya dijawab oleh 13 responden. Sisanya yakni sebanyak 4 orang abstain.

Terdapat 152 jawaban tentang hal ini yang bisa dipahami ada sejumlah responden yang menjawab lebih dari satu jawaban. 42 responden mengaku bahwa bidang akhlak yang paling sering disampaikan kepada masyarakat adalah mengenai akhlak kepada Allah. Namun akhlak kepada orangtua lebih sering lagi disampaikan oleh para dai dan daiyah yakni sebanyak 58 orang. Lagi-lagi akhlak kepada sesama juga lebih sering disampaikan oleh para dai dan daiyah ketimbang akhlak kepada Allah, yakni sebanyak 47 responden. Agak mengherankan ada 5 responden yang tidak memberi jawaban mengenai bidang akhlak ini.

Terdapat 107 jawaban tentang hal ini yang bisa dipahami ada sejumlah responden yang menjawab lebih dari satu

jawaban. 37 responden mengaku bahwa bidang muamalah yang paling sering disampaikan kepada masyarakat adalah mengenai jual beli. Lebih tinggi dari itu adalah jawaban 53 responden yang mengaku bahwa bidang muamalah yang paling sering disampaikan adalah soal pernikahan. Agak mengherankan ada 17 responden yang tidak memberi jawaban mengenai bidang muamalah.

Bidang politik sebenarnya menjadi materi dakwah yang menarik. Terutama politik Islam. Buktinya, dari 100 responden 44 orang mengaku pernah menyampaikan soal politik Islam kepada masyarakat. Namun untuk bidang politik Islam ini responden yang mengaku tidak pernah menyampaikannya kepada masyarakat terbilang cukup tinggi, yakni ada 39 responden. Belum diketahui alasan mendasar mengapa 39 dai dan daiyah ini tidak pernah mau berbicara soal ini di hadapan publik sebagai pesan dakwah. Cukup mengherankan ada 7 responden yang mengaku tidak tahu soal ini. Namun lebih banyak lagi, 10 orang tidak mau menjawab alias abstain.

Terkait al-Qur'an sebagai sumber pesan dakwah, dari 100 responden ada 79 orang mengaku sering menggunakannya dalam berdakwah. Hal ini pantas karena al-Qur'an sumber utama pesan dakwah. Sebanyak 16 orang mengatakan kadang-kadang saja menjadikan al-Qur'an sebagai sumber pesan dakwah. Hanya saja perlu diteliti secara cermat ketika al-Qur'an tidak dijadikan sumber pesan dakwah, apa yang digunakan. Secara praksis ketika hadits dan kitab kuning dijadikan

sumber pesan dakwah dapat dipastikan di dalamnya diperkuat dengan al-Qur'an. Jadi idealnya al-Qur'an selalu dijadikan sumber pesan dakwah. Selanjutnya tidak ada dai dan daiyah yang tidak pernah menjadikan al-Qur'an sebagai sumber pesan dakwah. Namun ada 5 responden yang tidak memberikan jawaban namun tidak memberikan alasan.

Terkait al-Sunnah sebagai sumber pesan dakwah, dari 100 responden ada 75 orang mengaku sering menggunakannya dalam berdakwah. Sekali lagi, hal ini pantas karena al-Sunnah adalah sumber kedua pesan dakwah. Sebanyak 22 orang mengatakan kadang-kadang saja menjadikan al-Sunnah sebagai sumber pesan dakwah. Hanya saja perlu diteliti lebih lanjut ketika al-Sunnah tidak dijadikan sumber pesan dakwah, apa yang digunakan untuk berdakwah. Padahal secara praksis ketika kitab kuning atau buletin dakwah dijadikan sumber pesan dakwah dapat dipastikan di dalamnya diperkuat dengan al-Sunnah. Maka secara ideal, al-Sunnah harus selalu dijadikan sebagai sumber pesan dakwah. Sementara itu tidak ada dai dan daiyah yang tidak pernah menjadikan al-Sunnah sebagai sumber pesan dakwah. Namun ada 3 responden yang tidak memberikan jawaban dengan tidak memberikan alasannya.

Pendekatan, Strategi, dan Metode Dakwah

Mengenai intensitas pendekatan budaya yang digunakan para dai dan daiyah dalam berdakwah terdapat 96 jawaban dai 100 responden. Ada 4 orang yang tidak menjawab. Peringkat pertama,

57 responden mengaku kadang-kadang saja menggunakan pendekatan budaya dalam berdakwah. Peringkat kedua, yakni sebanyak 25 orang mengaku sering menggunakan pendekatan budaya dalam berdakwah. Peringkat terakhir, yakni sebanyak 14 orang mengaku tidak pernah menggunakan pendekatan budaya dalam berdakwah.

Berikutnya, soal intensitas pendekatan pendidikan yang digunakan para pelaku dakwah di Sawangan dalam mendakwahi masyarakat. Terdapat 96 jawaban dai 100 responden. Ada 4 orang yang tidak menjawab. Peringkat pertama, 67 responden menjawab sering menggunakan pendekatan pendidikan dalam berdakwah. Peringkat kedua, yakni sebanyak 27 orang mengaku kadang-kadang saja menggunakan pendekatan pendidikan dalam berdakwah. Peringkat terakhir, yakni sebanyak 2 orang mengaku tidak pernah menggunakan pendekatan pendidikan dalam berdakwah.

Terakhir, mengenai intensitas pendekatan psikologi yang dipakai para pelaku dakwah di Sawangan dalam mendakwahi masyarakat. Terdapat 95 jawaban dai 100 responden. Jadi ada 5 orang yang tidak menjawab. Peringkat pertama, 62 responden menjawab kadang-kadang saja menggunakan pendekatan psikologi dalam berdakwah. Peringkat kedua, yakni sebanyak 29 responden mengaku sering menggunakan pendekatan psikologi dalam berdakwah. Peringkat ketiga, yakni sebanyak 5 responden mengaku tidak pernah menggunakan pendekatan psikologi dalam berdakwah.

Selanjutnya mengenai intensitas strategi dakwah sentimentil yang digunakan para dai dan daiyah dalam berdakwah. Terdapat 97 jawaban dai 100 responden. Ada 3 orang yang tidak menjawab soal ini. Peringkat pertama, 53 responden mengaku kadang-kadang saja menggunakan strategi dakwah sentimentil dalam berdakwah. Peringkat kedua, yakni sebanyak 42 orang mengaku sering menggunakan strategi dakwah sentimentil dalam berdakwah. Peringkat terakhir, yakni sebanyak 2 orang mengaku tidak pernah menggunakan strategi dakwah sentimentil dalam berdakwah.

Berikutnya mengenai intensitas strategi dakwah rasional yang digunakan oleh para dai dan daiyah dalam berdakwah. Ada 93 jawaban dai 100 responden. Ada 7 orang yang tidak memberi jawaban soal ini. Peringkat pertama, 51 responden mengaku kadang-kadang saja menggunakan strategi dakwah rasional dalam berdakwah. Peringkat kedua, yakni sebanyak 39 orang mengaku sering menggunakan strategi dakwah rasional dalam berdakwah. Peringkat terakhir, yakni sebanyak 3 orang menjawab tidak pernah menggunakan strategi dakwah rasional dalam berdakwah tanpa memberi suatu alasan.

Terakhir, mengenai intensitas strategi dakwah indriawi yang digunakan para dai dan daiyah dalam berdakwah baik di Sawangan maupun di luar Sawangan. Terdapat 92 jawaban dai 100 responden. Ada 8 orang yang tidak menjawab soal ini. Peringkat pertama, 54 responden mengaku kadang-kadang saja

menggunakan strategi dakwah indriawi dalam berdakwah. Peringkat kedua, yakni sebanyak 35 orang mengaku tidak pernah menggunakan strategi dakwah indriawi dalam berdakwah. Peringkat terakhir, yakni sebanyak 3 orang mengaku sering menggunakan strategi dakwah indriawi dalam berdakwah.

Selanjutnya mengenai intensitas metode ceramah yang digunakan para pelaku dakwah dalam berdakwah. Terdapat 96 jawaban dari 100 responden. Ada 4 orang yang tidak menjawab soal ini. Peringkat pertama, 71 responden mengaku sering menggunakan metode ceramah dalam berdakwah. Peringkat kedua, yakni sebanyak 24 orang mengaku kadang-kadang saja menggunakan metode ceramah dalam berdakwah. Peringkat terakhir, hanya seorang yang mengaku tidak pernah menggunakan metode ceramah dalam berdakwah.

Berikutnya terkait intensitas metode diskusi yang digunakan para dai dan daiyah dalam berdakwah. Terdapat 96 jawaban dari 100 responden. Ada 4 orang yang tidak menjawab soal ini. Peringkat pertama, 66 responden mengaku kadang-kadang menggunakan metode diskusi dalam berdakwah. Peringkat kedua, yakni sebanyak 19 orang mengaku sering menggunakan metode diskusi dalam berdakwah. Peringkat terakhir, 11 orang yang mengaku tidak pernah menggunakan metode diskusi dalam berdakwah.

Selanjutnya mengenai intensitas metode konseling yang digunakan para pelaku dakwah dalam berdakwah. Terdapat 94 jawaban dari 100

responden. Ada 6 responden yang tidak menjawab soal ini. Peringkat pertama, 65 responden mengaku kadang-kadang menggunakan metode konseling dalam berdakwah. Peringkat kedua, yakni sebanyak 21 responden menjawab sering menggunakan metode konseling dalam berdakwah. Peringkat terakhir, ada 8 responden yang mengaku tidak pernah menggunakan metode konseling dalam berdakwah.

Untuk intensitas metode karya tulis yang digunakan para pelaku dakwah dalam berdakwah. Terdapat 93 jawaban dari 100 responden. Ada 7 responden yang tidak menjawab soal ini. Peringkat pertama, 60 responden mengaku tidak pernah menggunakan metode karya tulis dalam berdakwah. Peringkat kedua, yakni sebanyak 33 responden menjawab kadang-kadang menggunakan metode karya tulis dalam berdakwah. Artinya bisa dipastikan ada 33 responden yang memiliki karya tulis. Peringkat terakhir, tidak satu pun responden yang mengaku sering menggunakan metode karya tulis dalam berdakwah.

Berikutnya mengenai intensitas metode pemberdayaan masyarakat yang digunakan para pelaku dakwah dalam berdakwah. Terdapat 92 jawaban dari 100 responden. Ada 8 responden yang tidak menjawab soal ini. Peringkat pertama, 58 responden mengaku kadang-kadang menggunakan metode pemberdayaan masyarakat dalam berdakwah. Peringkat kedua, yakni sebanyak 20 responden menjawab sering menggunakan metode pemberdayaan masyarakat dalam berdakwah. Peringkat terakhir, ada 14 responden yang

mengaku tidak pernah menggunakan metode pemberdayaan masyarakat dalam berdakwah.

Terakhir mengenai intensitas penggunaan metode kelembagaan yang dipakai oleh para dai dan daiyah dalam berdakwah. Terdapat 93 jawaban dari 100 responden. Ada 7 responden yang tidak menjawab soal ini. Peringkat pertama, 51 responden mengaku kadang-kadang menggunakan metode kelembagaan dalam berdakwah. Peringkat kedua, yakni sebanyak 26 responden menjawab sering menggunakan metode kelembagaan dalam berdakwah. Peringkat terakhir, ada 16 responden yang mengaku tidak pernah menggunakan metode kelembagaan dalam berdakwah.

Media Dakwah

Tentang intensitas penggunaan radio dalam berdakwah oleh para dai dan daiyah yang berada di Sawanga terlihat dari angka-angka berikut ini. Pertama, sebanyak 59 responden mengaku tidak pernah menggunakannya. Tentu terdapat sejumlah alasan tentang hal ini. Misalnya, terbatasnya acara dakwah di radio baik milik pemerintah maupun swasta. Kedua, 21 responden menjawab kadang-kadang menggunakan radio untuk berdakwah. Dari data ini dapat dikatakan minimal 21 orang sudah berdakwah dengan menggunakan radio baik siaran langsung ataupun tunda. Hanya saja tidak disebut nama stasiun radio tempat para dai dan daiyah berdakwah. Terakhir, sebanyak 9 orang mengaku sering berdakwah dengan menggunakan radio. Jadi jika dikalkulasi

ada 30 responden yang akrab dengan radio dalam berdakwah. Ini tentu mengembirakan. Dari data yang terkumpul, 11 orang tidak memberi jawaban soal ini. Total responden ada 100.

Tentang intensitas penggunaan kaset dalam berdakwah oleh para dai dan daiyah yang berada di Sawangan terlihat dari 100 dari jawaban responden berikut ini. Pertama, sebanyak 64 responden mengaku tidak pernah menggunakannya. Tentu terdapat sejumlah alasan tentang hal ini. Misalnya, karena tidak ada lagi media kaset. Kedua, 19 responden menjawab kadang-kadang menggunakan kaset untuk berdakwah. Tentu perlu ditelusuri lagi dan beberapa pertanyaan, kapan, dimana, dan seterusnya. Terakhir dan ini yang paling dekat dengan kenyataan, tidak ada seorang dai dan daiyah yang mengaku sering berdakwah dengan kaset. Dari data yang terkumpul, 11 orang tidak bersedia memberi jawaban untuk penggunaan kaset dalam berdakwah ini.

Kendati pembaca majalah sama seperti pembaca koran yang kian menurun, namun dari 100 responden soal ini ada 24 pelaku dakwah yang mengaku kadang-kadang masih berdakwah dengan menggunakan majalah. Artinya bisa dikatakan mereka menulis artikel dakwah atau sejenisnya di majalah tersebut. Namun angka tertinggi, yakni 64 responden mengaku tidak pernah menggunakan majalah sebagai media dakwah mereka. Namun seperti halnya dengan media kaset, tidak ada seorang dai dan daiyah yang

mengaku sering berdakwah dengan menggunakan majalah.. Dari 100 data yang terkumpul, ada 12 orang yang tidak bersedia menjawab pertanyaan ini.

Intensitas penggunaan koran dalam berdakwah oleh para dai dan daiyah yang berada di Sawangan terlihat dari 100 dari jawaban responden berikut ini. Pertama, sebanyak 62 responden mengaku tidak pernah menggunakannya. Tentu terdapat sejumlah alasan tentang hal ini. Misalnya, karena koran sudah mulai ditinggalkan. Bukan karena beritanya yang ketinggalan. Tapi juga karena tidak praktis membacanya. Kedua, 20 responden menjawab kadang-kadang menggunakan kaset untuk berdakwah. Tentu perlu ditelusuri lagi dan beberapa pertanyaan, koran apa, apa nama rubriknya, dan seterusnya. Terakhir, ada 3 seorang dai dan daiyah yang mengaku sering berdakwah dengan menggunakan koran. Dari data yang terkumpul, ada 12 orang tidak bersedia memberi jawaban untuk intensitas penggunaan koran dalam berdakwah ini.

Tentang intensitas penggunaan buku dalam berdakwah oleh para dai dan daiyah yang berada di Sawangan terlihat dari angka-angka berikut ini. Peringkat pertama cukup mengembirakan, sebanyak 33 responden mengaku sering menggunakannya. Bisa dipastikan 33 orang dai dan daiyah ini adalah penulis buku. Peringkat kedua, 32 responden menjawab tidak pernah menggunakan buku untuk berdakwah. Dari data ini dapat dikatakan minimal 32 orang tidak pernah menulis buku untuk berdakwah. Terakhir, sebanyak 23 orang mengaku

kadang-kadang berdakwah dengan menggunakan buku. Jadi jika dikalkulasi ada 56 responden yang merupakan sebagai menjadikan buku sebagai media dakwah. Dari data yang terkumpul, ada 12 orang tidak memberi jawaban soal ini. Total ada 100 responden.

Mengenai intensitas penggunaan internet dalam berdakwah oleh para dai dan daiyah yang berada di Sawangan terlihat dari 100 jawaban responden berikut ini. Pertama, sebanyak 43 responden mengaku kadang-kadang menggunakannya. Tentu terdapat sejumlah alasan tentang hal ini. Kedua, 36 responden menjawab tidak pernah menggunakan internet untuk berdakwah. Tentu perlu ditelusuri lagi dan beberapa pertanyaan, di media sosial apa? Terakhir, ada 10 orang dai dan daiyah yang mengaku sering berdakwah dengan menggunakan internet. Dari data yang terkumpul, ada 11 orang yang tidak bersedia memberi jawaban untuk intensitas penggunaan internet dalam berdakwah ini.

Tentang intensitas penggunaan WA dalam berdakwah oleh para dai dan daiyah yang berada di Sawangan terlihat dari 100 jawaban responden berikut ini. Pertama, sebanyak 50 responden mengaku kadang-kadang menggunakan WA untuk berdakwah. Namun tidak ada alasan tentang hal ini. Kedua, 22 responden menjawab sering menggunakan WA sebagai media dalam berdakwah. Terakhir, ada 19 orang dai dan daiyah yang mengaku tidak pernah berdakwah dengan menggunakan WA. Dari data yang didapat, ada 9 orang yang tidak bersedia memberi jawaban untuk

intensitas penggunaan WA dalam berdakwah ini.

Soal intensitas penggunaan TV dalam berdakwah oleh para dai dan daiyah yang berada di Sawanga terlihat dari 100 jawaban responden berikut ini. Pertama, sebanyak 59 responden mengaku tidak pernah menggunakan TV sebagai media dalam berdakwah. Tentu terdapat sejumlah alasan tentang hal ini. Kedua, 25 responden menjawab kadang-kadang menggunakan TV untuk berdakwah. Dari data ini dapat dikatakan minimal 25 orang sudah berdakwah dengan menggunakan TV baik siaran langsung ataupun tunda. Hanya saja tidak disebut nama stasiun TV mana tempat para dai dan daiyah berdakwah. Terakhir, sebanyak 6 orang mengaku sering berdakwah dengan menggunakan TV. 5 orang ini bisa jadi adalah selebriti dai atau daiyah selama ini. Jadi jika dikalkulasi ada 31 responden yang akrab dengan TV dalam berdakwah. Ini tentu menggembirakan. Dari data yang terkumpul, 10 orang tidak memberi jawaban soal ini.

Tentang intensitas penggunaan film dalam berdakwah oleh para dai dan daiyah yang berada di Sawangan terlihat dari 100 jawaban responden berikut ini. Pertama, sebanyak 71 responden mengaku tidak pernah menggunakan film untuk berdakwah. Artinya mereka tidak pernah main film, layar lebar ataupun sinema elektronik (sinetron). Kedua, 16 responden menjawab kadang-kadang menggunakan film sebagai media dalam berdakwah. Itu artinya ada 16 dai dan daiyah di Sawangan yang enajdi bintang film. Ketiga, ada 2 orang

mengaku sering menggunakan film untuk berdakwah. Tentu jawaban ini perlu diuji lagi. Dari data yang terkumpul, ada 11 orang yang tidak bersedia memberi jawaban untuk intensitas penggunaan film dalam berdakwah ini.

Mimbar adalah media tradisional yang hingga saat ini masih dipakai sebagai media dakwah. Khususnya di masjid dan musholla. Mengenai tingkat penggunaan mimbar dalam berdakwah oleh para dai dan daiyah yang berada di Sawangan terlihat dari angka-angka berikut ini. Pertama, sebanyak 45 responden mengaku sering menggunakan mimbar untuk berdakwah. Artinya mereka bisa jadi adalah petugas khutbah jumat dan lainnya. Kedua, 37 responden menjawab kadang-kadang menggunakan mimbar sebagai tempat berdakwah. Ketiga, ada 11 orang mengaku tidak pernah menggunakan mimbar sebagai tempat dakwah. Artinya mereka tidak pernah naik mimbar selama berdakwah. Tentu jawaban ini perlu diuji lagi. Dari 100 data yang terkumpul, ada 7 orang yang tidak bersedia memberi jawaban.

Terakhir panggung. Seperti halnya mimbar, panggung adalah media tradisional yang hingga saat ini masih dipakai sebagai media dakwah. Hanya saja panggung lebih umum dan lebih luasa dari mimbar. Soal intensitas penggunaan panggung dalam berdakwah oleh para dai dan daiyah yang berada di Sawangan terlihat dari 100 jawaban responden berikut ini. Pertama, sebanyak 54 responden mengaku kadang-kadang menggunakan panggung

untuk berdakwah. Artinya mereka bisa diasumsikan sebagai mubaligh atau penceramah. Maksudnya bukan hanya sebagai guru dalam majelis taklim biasa. Kedua, 21 responden menjawab sering menggunakan panggung sebagai tempat berdakwah. Ini artinya ada 75 mubaligh atau penceramah di Sawangan. Ketiga, ada 19 orang mengaku tidak pernah menggunakan panggung sebagai tempat dakwah. Artinya mereka tidak pernah naik panggung dalam berdakwah. Tentu jawaban ini perlu diuji lagi. Terakhir, ada 6 orang yang tidak bersedia memberi jawaban.

Penutup

Dari 100 responden yang diidentifikasi sebagai subyek dakwah (da'i), 82 orang adalah laki-laki (da'i) dan 18 orang perempuan (daiyah). Latar belakang mereka mulai dari berpendidikan SD hingga S3. Termasuk sebagiannya pernah belajar di pondok pesantren. Madzhab fikih adalah madzhab fikih yang empat dan ada yang tidak bermadzhab. Tidak ada dai yang berorientasi kalam Syi'ah. Ormas para dai mayoritas NU dan Muhammadiyah. Kecenderungan pemikiran politik religius dan nasionalis. Hubungan agama dan politik mayoritas konservatif.

Pesan dakwah terdiri dari bidang akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah. Terdapat sejumlah kerawanan dalam berbagai bidang dakwah yang harus menjadi perhatian Pemerintah Kota Depok dan MUI Depok. Sumber pesan dakwah yang digunakan adalah al-Qur'an, Hadits, kitab kuning, internet,

TV, youtube, koran, majalah, dan buletin dakwah.

Dai dan daiyah di Sawangan menggunakan tiga pendekatan dalam berdakwah, yakni budaya, pendidikan, dan psikologis. Intensitas penggunaannya terdiri dari sering dan kadang-kadang. Mereka juga mengenal tiga strategi dakwah, yakni sentimental, rasional, dan indriawi. Intensitas penggunaannya terdiri dari sering dan kadang-kadang. Begitu juga mereka diperkenalkan dengan enam metode dakwah, yakni ceramah, diskusi, konseling, karya tulis, pemberdayaan masyarakat, dan kelembagaan. Intensitas penggunaan keenam metode ini rata-rata ada pada kadang-kadang dan sering.

Media dakwah yang ditanyakan yang biasa digunakan dai dan daiyah di Sawangan, untuk berdakwah adalah radio, kaset, majalah, koran, buku, internet, WA, TV, film, mimbar, dan panggung. Jawaban tertinggi untuk rata-rata penggunaan media-media itu ada pada tingkat tidak pernah, kadang-kadang, dan sering.

Catatan kaki:

¹ Terkait dengan manajemen dakwah, telusuri karya Hasanuddin, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005), M. Manulang, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1981), dan Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009).

² Lihat Nawawi Ismail, "Penyusunan Peta dakwah", https://id.scribd.com/doc/34924327/PENYUSUNA-N-PETA-DAKWAH#fullscreen&from_embed, hal. 1, diakses minggu 02 Desember 2018

³ Telusuri Rachmat Zaeani Kiki, <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/17/03/18/on00nw313-peta->

- [dakwah-mui-seperti-apa](#), diakses minggu 02 Desember 2018
- ⁴ Nawari Ismail, "Penyusunan Peta dakwah", hal. 1
 - ⁵ Nawari Ismail, "Penyusunan Peta dakwah", hal. 1
 - ⁶ Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2008) dan Arifin, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi*, (tp: tth).
 - ⁷ Lihat kembali karya Samsul Munir Amin, *Sejarah Dakwah*, (Jakarta: Sejarah Dakwah, 2014)
 - ⁸ Sejumlah karya terkait hal ini misalnya, karya Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997). Baca juga Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012).
 - ⁹ Ada dua buku tentang hal ini. Pertama, karya Acep Aripudin, *Sosiologi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), kedua, karya Syamsuddin AB., *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2016).
 - ¹⁰ Mungkin karya Muhammad Ahmad al-Rasyid menjadi satu-satunya buku dalam bahasa asing yang kemudian diberi judul *Politik Dakwah: Metodologi dan Dasar-dasar Ijtihad di Ranah Fiqh Dakwah*, (Jakarta: Robbani Press, 2016).
 - ¹¹ Prof. Dr. H. Syukur Kholil, MA., dkk, *Peta Dakwah Sumatera Utara*, (Medan: Perdana Publishing, 2016)
 - ¹² Abdullah, "Analisis SWOT Dakwah di Indonesia: Upaya Merumuskan Peta Dakwah", *Jurnal MIQOT*, Vol. XXXVI, No. 2, Juli-Desember 2018
 - ¹³ Rohmanur Aziz, "Urgensi Peta Dakwah" *Jurnal Anida*, Vol. 14, No. 2 Juli-Desember 2015.
 - ¹⁴ Nawawi, "Peta Dakwah di Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas", *Jurnal Penelitian Agama (JPA)*, Vol. 9, No. 02, Jul-Des 2016
 - ¹⁵ Telusuri Rachmat Zaeani Kiki, <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/17/03/18/onoonw313-peta-dakwah-mui-seperti-apa>, diakses minggu 02 Desember 2018
 - ¹⁶ Nawari Ismail, "Penyusunan Peta Dakwah", hal. 1
 - ¹⁷ Syekh Muhammad Abu al-Fatah al-Bayanuniy, *Ilmu Dakwah: Prinsip dan Kode Etik* (terj), (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010), hal. 35-36.
 - ¹⁸ Dr. Syamsuddin AB., S.Ag., M.Pd., *Pengantar Sosiologi Dakwah*, hal. 15.
 - ¹⁹ Terkait dengan hal ini bisa telusuri sejumlah buku mengenai ilmu dakwah, misalnya: Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Startegi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: al-Ikhlash, 1983).
 - ²⁰ Dr. A. Ilyas Ismail, MA, *The True Da'wa: Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hal. 140.
 - ²¹ Dr. A. Ilyas Ismail, MA, *The True Da'wa:*, hal. 139.
 - ²² Dr. Acep Aripudin, *Sosiologi Dakwah*, hal. 7
 - ²³ Syekh Muhammad Abu al-Fatah al-Bayanuniy, *Ilmu Dakwah*, hal. 37.
 - ²⁴ Prof. Dr. Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 23.
 - ²⁵ Prof. Dr. H. Syukur Kholil, MA., dkk, *Peta Dakwah Sumatera Utara*, hal. 124
 - ²⁶ Nawawi, "Peta Dakwah di Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas", hal. 192
 - ²⁷ Prof. Dr. H. Syukur Kholil, MA., dkk, *Peta Dakwah Sumatera Utara*, hal. 124
 - ²⁸ Tentang karya Karl Mannheim, misalnya, *Sociology as Political Education*, (London: Transaction Publishers, 2001) ; *Essays on the Sociology of Culture: International Library of Sociology and Social Reconstruction* (New York: Routledge & Paul, 1956).
 - ²⁹ Paul-Michel Foucault adalah seorang filsuf Perancis, sejarawan, intelektual, kritikus, dan seorang sosiologis. Semasa hidupnya, ia memegang kursi jabatan di Collège de France, dengan judul "Sejarah sistem pemikiran" (History of Systems of Thought" dan juga mengajar di Universitas Kalifornia Berkeley. Karyanya di antaranya, *The Order of Things: an Archaeology of The Human Sciences* (New York: Routledge, 2002); *Madness and Civilization: A History of Insanity in the Age of Reason*, (New York: Routledge, 1989).
 - ³⁰ Lihat Nawari, "Peta Dakwah di Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas", hal. 191

Daftar Pustaka

- AB. Syamsuddin AB., *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2016)
- Abdullah, "Analisis SWOT Dakwah di Indonesia: Upaya Merumuskan Peta Dakwah", *Jurnal MIQOT*, Vol. XXXVI, No. 2, Juli-Desember 2018
- Al-Bayanuniy, Syekh Muhammad Abu al-Fatah, *Ilmu Dakwah: Prinsip dan Kode Etik*" (terj), (Jakarta: Akademika Pressindo, 2010)
- Amin, Samsul Munir, *Sejarah Dakwah*, (Jakarta: Sejarah Dakwah, 2014)
- Arifin, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi*, (tp: tth)
- Arifin, Anwar, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011)
- Aripudin, Acep, *Sosiologi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013)
- AS, Enjang dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah: Pendekatan Filosofis dan Praktis*, (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009)
- Aziz, M. Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004)
- Aziz, Rohmanur, "Urgensi Peta Dakwah" *Jurnal Anida*, Vol. 14, No. 2 Juli-Desember 2015.
- Effendi, Muchsin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Rahmat Semesta, 2006)
- Hasanuddin, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005)
- Ismail, A. Ilyas, *The True Da'wa: Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018)
- Ismail, Nawari, "Penyusunan Peta dakwah", https://id.scribd.com/doc/34924327/PE-NYUSUNAN-PETA-DAKWAH#fullscreen&from_embed, diakses minggu 02 Desember 2018
- Kholil, Syukur, dkk, *Peta Dakwah Sumatera Utara*, (Medan: Perdana Publishing, 2016)
- Kiki, Rachmat Zaeani, <https://www.republika.co.id/berita/du-nia-islam/islam-nusantara/17/03/18/onoonw313-peta-dakwah-mui-seperti-apa>, diakses minggu 02 Desember 2018
- Manulang, M., *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1981)
- Mubarak, Achmad, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2008) dan Arifin, *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi*, (tp: tth)
- Muhtadi, Asep Saeful, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012)
- Munir, Muhammad Munir dan Ilaihi Wahyu, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009)
- Nawawi, "Peta Dakwah di Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas", *Jurnal Penelitian Agama (JPA)*, Vol. 9, No. 02, Jul-Des 2016
- Agama, Vol. 9, No. 2, Jul-Des 2008
- Al-Rasyid, Muhammad Ahmad, *Politik Dakwah: Metodologi dan Dasar-dasar Ijtihad di Ranah Fiqh Dakwah*, (Jakarta: Robbani Press, 2016)
- Suhandang, Kustadi, *Strategi Dakwah: Penerapan Startegi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014)
- Syukir, Asmunir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: al-Ikhlis, 1983)
- Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997).
- Uwaidhah, Mahmud Abdul Latif, *Pengemban Dakwah: Kewajiban dan Sifat-Sifatnya*, (Bogor: Thariqul Izzah, 2003)