



Komparasi Gerakan Dakwah Organisasi Tradisional Dan Modern (Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah)

Akmalul M. Katili¹, Suparto²

Manajemen Dakwah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
akmalul-muslimin23@mhs.uinjkt.ac.id¹, suparto@uinjkt.ac.id²

Abstrak

Gerakan dakwah di Indonesia telah berkembang pesat melalui berbagai bentuk organisasi, baik tradisional maupun modern. Masing-masing memiliki karakteristik dan metode dakwah yang berbeda, yang memengaruhi cara ajaran Islam menyebar di masyarakat. Dua lembaga Islam terbesar di Indonesia, Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah, berkontribusi besar pada pengembangan dakwah dan kehidupan sosial-keagamaan bangsa. Terlepas dari kenyataan bahwa keduanya bertujuan untuk mengembangkan dan menyebarkan ajaran Islam, terdapat perbedaan yang signifikan dalam pendekatan, teknik dakwah, dan struktur organisasi yang digunakan oleh masing-masing. NU menggunakan pendekatan yang lebih tradisional dan kultural, mengutamakan pemahaman Islam melalui ajaran tasawuf, ritual keagamaan, dan pengajaran yang lebih sesuai dengan budaya lokal. Muhammadiyah, di sisi lain, menggunakan pendekatan yang lebih rasional, modern, dan terstruktur untuk melakukan reformasi dalam pemahaman Islam. Mereka juga mengutamakan pendidikan dan pemberdayaan masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi perbedaan dan persamaan antara NU dan Muhammadiyah dalam hal metode dakwah, kontribusi mereka kepada masyarakat, dan peran keduanya dalam dinamika sosial dan politik Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana organisasi dakwah tradisional dan modern berbeda, serta strategi yang digunakan oleh masing-masing organisasi. Meskipun keduanya memiliki kekurangan dan kelebihan, organisasi tradisional dan modern saling melengkapi dalam memperkuat dakwah Islam di Indonesia, dengan saling mengubah dan bekerja sama saat menghadapi tantangan zaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun ada perbedaan dalam beberapa hal, NU dan Muhammadiyah keduanya berperan penting dalam membentuk citra Islam Indonesia yang moderat dan toleran.

Kata Kunci: Organisasi Tradisional, Nahdlatul Ulama, Organisasi Modern, Muhammadiyah, Metode Dakwah.

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan sosial, politik, dan teknologi, dinamika gerakan dakwah di Indonesia telah mengalami perubahan yang signifikan. Dengan mempertimbangkan hal ini, organisasi dakwah di Indonesia dapat dibagi menjadi dua kategori besar: organisasi tradisional dan modern. Organisasi konservatif seperti Nahdlatul Ulama (NU) memiliki dasar yang kuat dalam sejarah dan budaya Indonesia. Mereka menggunakan metode yang lebih konvensional untuk menyebarkan ajaran Islam, biasanya melalui pengajaran di pesantren dan kegiatan keagamaan komunitas. Sebaliknya, gerakan dakwah berbasis media sosial dan organisasi kontemporer seperti Muhammadiyah, berusaha untuk menggunakan metode yang lebih inovatif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Untuk menyebarkan pesan dakwah, mereka memanfaatkan teknologi informasi seperti platform digital dan media sosial. Data menunjukkan peningkatan pesat dalam penggunaan media sosial di Indonesia, dengan 170 juta pengguna aktif pada tahun 2021. Ini memberikan kesempatan bagi perusahaan kontemporer untuk berinteraksi dengan generasi muda (Statista, 2021). Oleh karena itu, perbedaan yang ada antara organisasi dakwah tradisional dan modern menunjukkan adaptasi terhadap perubahan zaman.

Dalam konteks perkembangan keislaman kontemporer di Indonesia, ada tantangan baru dan peluang baru. Selama era globalisasi, pemahaman tentang Islam semakin beragam, dan kekayaan Islam semakin diperkaya dengan munculnya berbagai bentuk pemikiran dan gerakan dakwah. Namun, hal ini juga menimbulkan tantangan untuk mempertahankan integritas dan identitas ajaran Islam. Akibatnya, sangat penting untuk memahami bagaimana organisasi tradisional dan modern berbeda dalam menyebarkan ajaran Islam dan bagaimana hal itu mempengaruhi masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, yang berarti pengumpulan data dengan memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang relevan. Ada empat tahap studi pustaka dalam penelitian ini: menyiapkan alat yang diperlukan, membuat bibliografi kerja, mengatur waktu, dan membaca atau mencatat bahan penelitian. Metode pencarian sumber dan Bahan pustaka yang dikumpulkan dari berbagai referensi harus dianalisis secara kritis agar proposisi dan ide dapat didukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Organisasi Tradisional

1. Nahdlatul Ulama (NU)

Didirikan pada tahun 1926, Nahdlatul Ulama (NU) adalah salah satu lembaga Islam terbesar di Indonesia. Organisasi ini berakar kuat dalam tradisi Islam Ahlussunnah Wal Jamaah dan memiliki karakteristik dakwah yang berbeda. NU mengedepankan pendekatan yang inklusif dalam dakwah, mengutamakan toleransi, dan kerukunan antarumat beragama. Ini tercermin dalam berbagai kegiatan mereka, seperti pengajian, seminar, dan dialog antarumat yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kerja sama antarumat. Pelestarian budaya Islam Nusantara adalah ciri khas dakwah Nahdlatul Ulama. Selain berkonsentrasi pada penyebaran ajaran Islam, NU juga berusaha melestarikan tradisi lokal yang telah berintegrasi dengan nilai-nilai Islam. Misalnya, mereka sering mengintegrasikan tradisi lokal seperti selamatan dan grebeg saat merayakan hari besar Islam, yang menunjukkan perpaduan antara ajaran Islam dan budaya lokal (Mujiburrahman, 2006). Pendekatan ini memperkuat identitas kultural umat Islam di Indonesia dan membuat dakwah NU lebih diterima oleh masyarakat.

Strategi dakwah yang digunakan oleh Nahdlatul Ulama sangat beragam. Pengajian konvensional, yang diadakan di masjid, musholla, atau pesantren, adalah salah satu metode yang paling umum. Berbagai lapisan masyarakat menghadiri pengajian ini, yang biasanya melibatkan pengajaran kitab kuning, yang merupakan kitab klasik dalam tradisi Islam. Selain itu, Nahdlatul Ulama juga terlibat aktif dalam pemberdayaan pesantren sebagai tempat pendidikan dan dakwah. Pesantren tidak hanya berfungsi sebagai tempat belajar, tetapi juga sebagai tempat untuk kegiatan sosial dan keagamaan yang membantu meningkatkan kesehatan masyarakat (Zainuddin, 2019). Kegiatan sosial keagamaan adalah bagian penting dari dakwah NU. NU sering terlibat dalam kegiatan sosial seperti program pemberdayaan ekonomi umat, bantuan bencana, dan pengobatan gratis. Dengan demikian, dakwah NU tidak hanya bersifat spiritual tetapi juga sosial, yang menjadikan mereka sebagai kelompok yang relevan dalam masyarakat yang beragam (Hasan, 2018). Melalui metode ini, Nahdlatul Ulama berhasil menjangkau dan menarik perhatian masyarakat luas serta menciptakan citra positif sebagai organisasi yang mengutamakan kesejahteraan umat.

Dalam era modernisasi, kaum muda terus berusaha untuk mempertahankan identitas dan tradisi mereka sambil memperbarui diri untuk menyesuaikan diri dengan perubahan zaman. Meskipun Nahdlatul Ulama dikenal sebagai organisasi konservatif, mereka juga beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan informasi. Misalnya, mereka telah menggunakan media sosial dan platform digital untuk memberi tahu generasi muda tentang ajaran Islam dan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa kaum muda memiliki kemampuan untuk mengikuti perkembangan zaman sambil mempertahankan prinsip utama mereka (Hasyim, 2020).

2. Karakteristik

Ada beberapa ciri utama Nahdlatul Ulama. Pertama, NU memiliki karakter kultural yang kuat, menggabungkan prinsip Islam dengan budaya lokal. Ini ditunjukkan oleh tahlilan, maulidan, dan haul, yang merupakan bagian dari kehidupan sosial kaum Nasrani. Dengan cara ini, Nahdlatul Ulama memperkuat identitas budaya masyarakat dan menyebarkan ajaran Islam (Syukri, 2021).

Kedua, ciri khas pendidikan Islam Indonesia adalah basis pesantrennya. Pesantren tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk belajar, tetapi mereka juga berfungsi sebagai institusi yang membangun moral dan kepribadian generasi muda. Dalam situasi ini, organisasi non-pemerintah (NU) memiliki peran yang signifikan dalam mempertahankan dan melestarikan tradisi keilmuan Islam yang telah ada sejak lama. Pendidikan di pesantren NU biasanya berfokus pada kitab-kitab klasik sebagai rujukan dalam pengajaran agama, sehingga menghasilkan siswa yang memiliki pemahaman mendalam tentang ajaran Islam (Rohman, 2019).

Ketiga, Nahdlatul Ulama terkenal konservatif dalam mempertahankan tradisi, tetapi mereka juga fleksibel terhadap perkembangan zaman. Meskipun NU tidak menentang modernitas, mereka berusaha untuk menggabungkannya dengan nilai-nilai Islam yang sudah ada. Dalam hal ini, Nahdlatul Ulama berusaha untuk menjawab tantangan zaman, seperti masalah sosial, politik, dan ekonomi yang dihadapi masyarakat. Misalnya, mereka aktif berbicara dan belajar tentang isu-isu kontemporer seperti demokrasi, pluralisme, dan hak asasi manusia untuk memberikan pandangan yang relevan bagi umat Islam di Indonesia (Abdurrahman, 2020).

Keempat, NU memiliki jaringan yang luas dan beragam, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Dengan jaringan ini, mereka dapat bekerja sama dengan berbagai organisasi, termasuk pemerintah, organisasi masyarakat sipil, dan lembaga internasional. Ini memungkinkan NU untuk

memperluas pengaruh dan kontribusinya dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan masyarakat (Sukri, 2021).

Terakhir, Nahdlatul Ulama terkenal dengan komitmennya terhadap kerukunan antarumat beragama dan toleransi. NU berfungsi sebagai jembatan dalam membangun dialog antarumat dalam konteks Indonesia yang multikultural dan multireligius. NU berusaha untuk menciptakan suasana damai dan harmonis di masyarakat yang beragam melalui program-program yang mengutamakan kerjasama antaragama (Murtadho, 2021).

b. Organisasi Dakwah Modern

1. Muhammadiyah

Organisasi Muhammadiyah adalah salah satu contoh organisasi dakwah modern yang memiliki pendekatan dan strategi dakwah yang unik. Muhammadiyah didirikan pada tahun 1912 oleh KH. Ahmad Dahlan dengan tujuan untuk menciptakan pemikiran Islam yang lebih kontekstual dan rasional. Muhammadiyah membedakan diri dari organisasi tradisional yang lebih bergantung pada metode kultural dan ritualistik, dengan menekankan pentingnya pemahaman yang mendalam terhadap ajaran Islam dalam konteks dakwah dengan menggunakan pendekatan ilmiah dan rasional (Mujib, 2019). Upaya Muhammadiyah untuk memodernisasi pemahaman keagamaan menunjukkan perubahan pemikiran Islam mereka. Organisasi ini berusaha untuk menghilangkan kebiasaan yang dianggap bertentangan dengan prinsip Islam yang murni. Misalnya, Muhammadiyah secara aktif mendukung pemahaman Islam yang berfokus pada etika dan akhlak, serta menentang praktik bid'ah yang tidak memiliki dasar dalam Al-Qur'an dan Hadis (Nashir, 2020). Menurut Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag, 2020), jumlah anggota Muhammadiyah mencapai lebih dari 30 juta orang pada tahun 2020. Ini menunjukkan kekuatan besar mereka dalam masyarakat. Metode dakwah Muhammadiyah sangat beragam dan mencakup berbagai aspek kehidupan. Pendidikan berkualitas adalah pendekatan utama mereka. Muhammadiyah memiliki banyak sekolah dan perguruan tinggi yang mengajarkan ilmu agama dan umum. Muhammadiyah bertujuan melalui lembaga pendidikan ini untuk menghasilkan generasi muda yang tidak hanya memiliki iman dan kemampuan akademik yang baik (Suharno, 2021). Muhammadiyah telah mendirikan lebih dari 2.500 lembaga pendidikan formal dan nonformal di seluruh Indonesia, menurut data (Muhammadiyah, 2021). Muhammadiyah sangat berfokus pada pendidikan dan kesehatan. Mereka membangun rumah sakit dan klinik yang membantu orang, terutama di daerah yang kurang layanan kesehatan. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah Muhammadiyah tidak hanya terbatas pada aspek spiritual, tetapi juga membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Hidayat, 2022). Rumah Sakit Muhammadiyah telah menjadi rujukan bagi banyak orang di berbagai daerah. Ini menunjukkan bahwa dakwah yang dilakukan bersifat holistik dan komprehensif. Muhammadiyah juga menggunakan teknologi untuk berdakwah di era komputer dan internet saat ini. Mereka menyebarkan pesan-pesan keagamaan dan informasi bermanfaat bagi masyarakat dengan aktif menggunakan media sosial dan platform digital lainnya. Misalnya, Muhammadiyah memiliki situs web resmi dan akun media sosial yang digunakan untuk menyebarkan informasi tentang aktivitas, program, dan pemikiran keagamaan yang terkait dengan masalah saat ini. Metode ini memungkinkan Muhammadiyah untuk mencapai audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi.

2. Karakteristik Lain dari Muhammadiyah

Munculnya Gerakan Tarbiyah, yang berfokus pada dakwah di kalangan mahasiswa dan generasi muda, merupakan ciri lain dari organisasi dakwah modern di Indonesia. Fokus gerakan ini adalah untuk menghasilkan kader yang memahami Islam dengan baik dan mampu berkontribusi kepada masyarakat. Dalam konteks ini, Gerakan Tarbiyah menggunakan kampus sebagai tempat untuk mengembangkan dakwah dan pendidikan Islam. Lebih dari 1.200 organisasi mahasiswa Islam yang terdaftar di perguruan tinggi di Indonesia menawarkan tempat bagi siswa untuk berbicara tentang Islam dan memperluas pemikiran mereka (BPS, 2021). Gerakan Tarbiyah sering mengadakan dakwah di kampus yang melibatkan diskusi, seminar, dan pelatihan kepemimpinan. Mahasiswa tidak hanya diharapkan untuk memperoleh pemahaman agama yang lebih baik melalui kegiatan ini, tetapi juga diharapkan untuk memperoleh keterampilan yang diperlukan dalam dunia kerja. Gerakan Tarbiyah berhasil menarik minat banyak siswa untuk berpartisipasi dalam aktivitas keagamaan dan sosial dengan cara ini (Fauzi, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa dakwah kontemporer berkonsentrasi pada pengembangan spiritual dan sumber daya manusia.

Selain itu, Gerakan Tarbiyah membangun hubungan dengan organisasi Islam di seluruh dunia. Ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan wawasan tentang berbagai masalah global yang berhubungan dengan Islam. Menurut Rizki (2023), mereka dapat meningkatkan solidaritas antar umat

Islam di seluruh dunia dengan bekerja sama. Mereka juga dapat berbagi pengalaman dan strategi dakwah yang efektif. Selain itu, para aktivis dakwah dapat menggunakan jaringan internasional ini untuk mendapatkan informasi terkini tentang isu-isu global yang memengaruhi umat Islam. Gerakan Tarbiyah yang ada di kampus merupakan faktor penting dalam membentuk pendapat mahasiswa. Mereka sering terlibat dalam berbagai masalah sosial dan politik serta memberikan perspektif Islam tentang masalah yang sedang berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah modern tidak hanya berkonsentrasi pada aspek spiritual, tetapi juga membantu membentuk kesadaran sosial di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, Gerakan Tarbiyah adalah contoh nyata dari bagaimana dakwah kontemporer dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat. Jika dibandingkan dengan organisasi tradisional, Gerakan Tarbiyah menunjukkan bahwa dakwah modern lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan sosial. Mereka mampu menjawab tantangan zaman dengan pendekatan yang lebih inventif dan kreatif, yang dapat menarik perhatian generasi muda yang seringkali skeptis terhadap pendekatan dakwah yang konvensional. Oleh karena itu, Gerakan Tarbiyah dan lembaga dakwah modern lainnya memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat Indonesia.

c. Perbandingan Strategi Dakwah

1. Pendekatan Metodologis

a) Tradisional: Kultural, Bertahap, Persuasif.

Aspek kultural dan sosial masyarakat seringkali menjadi dasar pendekatan metodologis yang digunakan dalam dakwah tradisional Indonesia. Metode ini menunjukkan bahwa memahami konteks budaya tempat dakwah dilakukan sangat penting. Misalnya, orang Jawa sering menggunakan seni pertunjukan seperti wayang kulit atau gamelan sebagai cara untuk mendakwah. Dengan demikian, pesan dakwah akan lebih mudah diterima dan dipahami oleh masyarakat. Pendekatan kultural ini terbukti efektif dalam menyebarkan ajaran Islam di kalangan masyarakat yang memiliki tradisi kuat (Deliar Noer, 1996). Selain itu, dakwah tradisional juga berlangsung secara bertahap. Pesan Islam disampaikan melalui tahapan yang berkelanjutan dan tidak secara instan. Misalnya, seorang dai akan membangun hubungan baik dengan orang-orang di sekitarnya dan kemudian memperkenalkan ajaran Islam secara bertahap. Pendekatan bertahap ini memungkinkan masyarakat untuk lebih menerima perubahan dan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang ajaran Islam (Syafii Maarif, 2006).

Persuasif juga merupakan ciri dakwah tradisional. Pendekatan ini menggunakan argumen emosional dan logis untuk menarik perhatian audiens. Hal ini terlihat dari kebiasaan ceramah yang sering diadakan di masjid-masjid, di mana dai berusaha untuk membangun hubungan pribadi dengan pendengar. Jika ajaran Islam disampaikan dengan cara yang persuasif dan tidak menggurui, 70% orang yang menjawab merasa lebih terhubung dengannya (BPS, 2021).

b) Modern: Struktural, Sistematis, Teknologis.

Organisasi dakwah modern biasanya memiliki struktur yang jelas dan pembagian tugas yang terstruktur. Misalnya, lembaga seperti Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah memiliki program dakwah yang direncanakan dan diawasi. Data dari Kementerian Agama Republik Indonesia (2020) menunjukkan bahwa organisasi-organisasi ini berhasil menjangkau lebih dari 20 juta anggota di seluruh Indonesia dengan menggunakan metode sistematis.

Untuk menilai efektivitas dakwah, pendekatan sistematis juga mencakup penggunaan teknik yang dapat diukur. Misalnya, penggunaan survei dan analisis data digunakan untuk mengevaluasi dampak dari program dakwah yang dilaksanakan. Ini memungkinkan organisasi untuk memperbaiki pendekatan dakwah mereka secara berkelanjutan. Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan oleh M. Quraish Shihab (2018) menunjukkan bahwa data dan analisis dapat secara signifikan meningkatkan efektivitas dakwah. Salah satu komponen strategi dakwah kontemporer adalah teknologi. Dengan kemajuan teknologi informasi, dakwah sekarang dapat dilakukan melalui berbagai platform digital. Misalnya, sejumlah dai kontemporer menggunakan platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan Facebook untuk menyebarkan pesan Islam. Sebuah peluang besar untuk dakwah terletak pada fakta bahwa sekitar 73% pengguna internet di Indonesia aktif di media sosial, menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2021).

2. Media Dakwah

a) Tradisional: Ceramah Langsung, Pengajian, Komunikasi Personal.

Media dakwah tradisional Indonesia biasanya bergantung pada komunikasi personal, pengajian, dan ceramah langsung. Di masjid, mushola, dan tempat-tempat umum lainnya, ceramah langsung sering diadakan. Dalam situasi ini, para dai berusaha menyampaikan pesan Islam kepada masyarakat

secara langsung. Menurut data dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI, 2020), metode ini disukai oleh 65% orang karena memungkinkan mereka untuk berinteraksi langsung dengan pembicara. Salah satu metode dakwah yang paling populer di Indonesia adalah pengajian. Kegiatan ini biasanya diadakan secara teratur, baik mingguan maupun bulanan, di mana orang-orang berkumpul untuk mendengarkan kuliah agama. Studi tidak hanya memberikan pendidikan tetapi juga membangun hubungan sosial. Studi yang dilakukan oleh Ahmad Syafii Maarif (2006) menemukan bahwa studi yang dilakukan di lingkungan masyarakat pedesaan memiliki kemampuan untuk meningkatkan pemahaman agama dan memperkuat solidaritas antar warga. Dalam dakwah tradisional, komunikasi personal sangat penting. Untuk menyampaikan dakwah, para dai biasanya berbicara langsung dengan individu atau kelompok kecil. Ini memungkinkan komunikasi dua arah, di mana orang-orang dapat bertanya dan mendapatkan penjelasan lebih lanjut. Komunikasi langsung ini dapat meningkatkan pemahaman dan penerimaan ajaran Islam di kalangan masyarakat, menurut penelitian yang dilakukan oleh Research and Commitment to Society (LPPM, 2021).

b) Modern: Media Sosial, Platform Digital, Konten Multimedia

Media dakwah di era modern telah berubah dengan cepat. Media sosial adalah salah satu metode dakwah yang paling populer. Para dai menggunakan platform seperti Instagram, Twitter, dan Facebook untuk menyebarkan pesan Islam kepada khalayak yang lebih besar. Laporan We Are Social (2023) menunjukkan bahwa dengan lebih dari 170 juta orang yang aktif di media sosial, Indonesia adalah negara dengan pengguna media sosial terbesar keempat di dunia. Hal ini memungkinkan dakwah untuk mencapai audiens yang lebih beragam. Selain itu, platform digital memungkinkan dakwah dilakukan dengan lebih fleksibel dan efektif. Misalnya, sejumlah besar lembaga dakwah menggunakan website dan aplikasi telepon untuk menyebarkan materi dakwah. Dengan cara ini, masyarakat memiliki kemampuan untuk mendapatkan materi dakwah kapan saja dan di mana saja. Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (2022), platform digital lebih disukai daripada media cetak untuk mendapatkan informasi bagi 60% pengguna internet di Indonesia. Dalam media dakwah kontemporer, konten multimedia seperti video, podcast, dan infografis juga menjadi komponen penting. Para dai dapat menyampaikan pesan Islam dengan cara yang lebih kreatif dengan menggunakan konten yang menarik dan informatif. Sebuah survei yang dilakukan oleh Nielsen (2022) menemukan bahwa, jika dibandingkan dengan teks biasa, 80% responden lebih tertarik dengan konten dakwah yang disajikan dalam format multimedia. Hal ini menunjukkan bahwa metode dakwah kontemporer dapat menarik perhatian generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi.

3. Target Dakwah

a) Tradisional: Komunitas Akar Rumput, Basis Pedesaan, Kelompok Tradisional.

Di Indonesia, target dakwah tradisional biasanya berfokus pada komunitas akar rumput, basis pedesaan, dan kelompok tradisional. Ini karena sifat-sifat masyarakat Indonesia yang sangat erat dengan prinsip-prinsip tradisional. Dalam situasi seperti ini, para dai berusaha untuk menjangkau masyarakat yang mungkin belum terpapar secara menyeluruh dengan ajaran Islam. Seperti yang ditunjukkan oleh data Badan Pusat Statistik (2020), daerah pedesaan merupakan lokasi utama kampanye dakwah, dengan sekitar 43% penduduk Indonesia tinggal di sana. Pendekatan yang lebih individual dan kultural biasanya digunakan untuk mendakwah kepada komunitas akar rumput. Misalnya, dai sering terlibat dalam kegiatan sosial dan budaya lokal untuk membangun hubungan yang baik dengan orang-orang di sekitar mereka. Studi dari Human Resource Research and Development Institution (LPPSDM, 2021) menunjukkan bahwa metode ini dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam aktivitas keagamaan. Karena prinsip agama seringkali lebih kuat di daerah pedesaan, dakwah tradisional fokus pada daerah pedesaan. Untuk meningkatkan iman masyarakat, kegiatan seperti pengajian, ceramah, dan perayaan hari besar Islam sering diadakan di desa-desa. Data yang dikumpulkan oleh Kementerian Agama (2021) menunjukkan bahwa 75% kegiatan dakwah di Indonesia terjadi di daerah pedesaan, menunjukkan betapa pentingnya pendekatan tradisional dalam situasi ini. Dakwah tradisional juga menargetkan kelompok tradisional, seperti pesantren dan majelis taklim. Sebagai institusi pendidikan Islam, pesantren memainkan peran penting dalam membangun karakter dan pemahaman agama santri. Penelitian yang dilakukan oleh Nurcholish Madjid (2018) menunjukkan bahwa pesantren memiliki kemampuan untuk menghasilkan generasi muda yang memiliki pemahaman agama yang kuat dan siap menghadapi tantangan zaman.

b) Modern: Generasi Muda, Urban, Kelas Menengah.

Target dakwah kontemporer lebih berkonsentrasi pada kelas menengah, masyarakat urban, dan generasi muda. Karena generasi muda adalah pengguna aktif teknologi dan media sosial, organisasi dakwah kontemporer berusaha membuat konten yang relevan dan menarik bagi generasi ini agar mereka dapat memahami dan mengamalkan ajaran Islam dengan lebih baik. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2021), 80% pengguna internet di Indonesia berusia di bawah 35 tahun. Ini menunjukkan bahwa mereka adalah target utama kampanye dakwah saat ini. Dalam ajaran kontemporer, masyarakat yang tinggal di kota menjadi sasaran penting. Masyarakat kota menghadapi banyak masalah baru, seperti materialisme dan individualisme, sebagai akibat dari pertumbuhan kota yang cepat. Oleh karena itu, pendekatan yang lebih kontekstual dan relevan digunakan dalam dakwah kontemporer untuk menjawab masalah ini. Penelitian oleh BPS (2021) menunjukkan bahwa sekitar 56% penduduk Indonesia saat ini tinggal di daerah perkotaan. Ini menunjukkan bahwa strategi dakwah yang sesuai dengan karakteristik orang-orang yang tinggal di daerah perkotaan sangat penting. Dakwah kontemporer juga menargetkan kelas menengah. Organisasi dakwah modern berusaha untuk menyediakan program-program yang lebih sistematis dan terorganisir karena tingkat pendidikan dan kesadaran agama di kelas menengah meningkat. Data dari Bank Dunia (2022) menunjukkan bahwa populasi kelas menengah di Indonesia terus meningkat, yang memberi dakwah kesempatan untuk mencapai mereka dengan cara yang lebih profesional.

d. Tantangan dan Peluang

1. Tantangan Dakwah

a) Radikalisme

Radikalisme adalah tantangan utama bagi gerakan dakwah Indonesia. Fenomena ini telah menjadi perhatian utama, terutama setelah beberapa serangan teroris yang mengatasnamakan agama. Lebih dari 200 orang terlibat dalam jaringan teroris dari 2017 hingga 2021, menunjukkan peningkatan kasus terorisme yang berhubungan dengan ideologi radikal (BNPT, 2021). Pemahaman yang sempit tentang agama dan interpretasi yang ekstrem terhadap ajaran Islam sering menyebabkan radikalisasi. Sekarang ada kelompok yang menyebarkan ideologi yang bertentangan dengan Pancasila dan Bhineka Tunggal Ika. Organisasi dakwah tradisional biasanya mengambil pendekatan moderat dan toleran. Baik masyarakat umum maupun organisasi dakwah merasakan dampak radikalisme ini. Banyak orang yang mencoba menjelaskan ajaran Islam yang sebenarnya, tetapi seringkali suara mereka tertutup oleh cerita radikal yang lebih menarik perhatian media. Hal ini membuat sulit untuk mendorong generasi muda untuk berpartisipasi dalam dakwah yang lebih moderat. Sekitar 62% generasi muda Indonesia percaya bahwa Islam harus memainkan peran yang lebih besar dalam kehidupan politik, menurut survei yang dilakukan oleh Pew Research Center (Pew Research Center, 2020). Ini menunjukkan bahwa, jika tidak ditangani dengan baik, hal itu dapat menyebabkan radikalisasi (Pew Research Center, 2020).

b) Sekularisasi

Sekularisasi juga menantang gerakan dakwah di Indonesia. Proses sekularisasi yang terjadi di banyak negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia, telah menyebabkan pengaruh agama dalam kehidupan sehari-hari telah berkurang. Menurut survei Gallup International, sekitar 45% orang Indonesia mengaku menggunakan nilai-nilai sekuler daripada nilai-nilai agama saat membuat keputusan (Gallup International, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa paradigma masyarakat telah berubah, dengan orang-orang lebih suka pendekatan rasional dan ilmiah daripada pendekatan religius untuk menyelesaikan masalah. Selain itu, sekularisasi mempengaruhi cara dakwah disampaikan dan dikomunikasikan. Organisasi dakwah kontemporer yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi harus mampu beradaptasi dengan perkembangan ini. Mereka harus membuat strategi dakwah yang lebih sesuai dengan masyarakat yang semakin kritis dan skeptis terhadap ajaran agama. Penggunaan media sosial untuk menyebarkan informasi dan nilai-nilai Islam moderat, misalnya. Organisasi seperti Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah telah memanfaatkan platform ini untuk berkomunikasi dengan generasi muda dan meningkatkan pemahaman mereka tentang ajaran Islam.

c) Pergeseran Nilai

Nilai-nilai yang lebih global dan kontemporer mulai menggantikan nilai-nilai tradisional yang telah lama dipegang. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan telah menurun, terutama di kalangan generasi muda (BPS, 2022). Hal ini menciptakan jarak antara kebutuhan dan keinginan masyarakat saat ini dan ajaran dakwah yang disampaikan oleh organisasi konvensional. Organisasi dakwah kontemporer harus lebih responsif

terhadap transformasi ini. Mereka harus membuat program yang memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti pendidikan karakter, pelatihan keterampilan, dan pengembangan ekonomi berbasis syariah. Program-program seperti ini terbukti oleh organisasi seperti Aisyiyah dan Lembaga Amil Zakat (LAZ), yang tidak hanya berfokus pada dakwah tetapi juga mempromosikan pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan sosial dan ekonomi. Mereka dapat menarik perhatian masyarakat yang sebelumnya tidak tertarik pada dakwah konvensional dengan cara ini.

2. Strategi Adaptasi

a) Moderasi Beragama

Moderasi beragama adalah strategi adaptasi yang dapat digunakan oleh lembaga dakwah saat menghadapi tantangan yang ada. Metode ini sangat penting untuk menyeimbangkan ajaran agama dengan kehidupan sosial saat ini. Moderasi beragama dapat membantu mengatasi intoleransi dan radikalisme di masyarakat, menurut penelitian yang dilakukan oleh Setara Institute (Setara Institute, 2021). Organisasi dakwah dapat membantu menciptakan suasana yang lebih harmonis di tengah masyarakat yang plural dengan mengedepankan prinsip-prinsip seperti toleransi, saling menghormati, dan diskusi antara agama. Prinsip moderasi beragama telah diterapkan dalam setiap program dakwah oleh organisasi dakwah modern seperti Nahdlatul Ulama (NU). Mereka mendidik masyarakat tentang pentingnya toleransi dan moderasi dalam beragama melalui pelatihan dan seminar. Selain itu, NU berpartisipasi dalam jaringan global untuk menyebarkan pesan-pesan yang damai dan moderat ke seluruh dunia. Ini menunjukkan bahwa moderasi beragama adalah tugas individu dan organisasi dakwah secara keseluruhan.

b) Pengembangan SDM

Salah satu strategi penting untuk menyesuaikan organisasi dakwah adalah pengembangan sumber daya manusia (SDM). Organisasi dakwah harus memastikan bahwa pengurus dan staf mereka memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk mengatasi masalah yang ada. Sebuah laporan dari World Bank menyatakan bahwa peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan bagi pemimpin lembaga keagamaan dapat berdampak positif terhadap efektivitas dakwah (World Bank, 2020). Oleh karena itu, memberikan prioritas utama pada pelatihan dan pendidikan kader dakwah. Beberapa lembaga dakwah kontemporer telah menyadari betapa pentingnya membangun sumber daya manusia (SDM) ini. Misalnya, Muhammadiyah mendirikan institusi pendidikan tinggi yang berpusat pada studi keagamaan dan sosial. Institusi ini tidak hanya menghasilkan lulusan yang mahir dalam bidang keagamaan tetapi juga memiliki pemahaman yang mendalam tentang masalah sosial dan ekonomi yang dihadapi masyarakat. Oleh karena itu, mereka memiliki kemampuan untuk berkontribusi pada perubahan masyarakat secara efektif.

c) Inovasi Metodologi

Untuk menangani tantangan zaman, dakwah juga memerlukan inovasi metodologi. Organisasi dakwah kontemporer harus mampu menyesuaikan cara penyampaian pesan mereka dengan kemajuan teknologi dan budaya masyarakat. Misalnya, dakwah dapat disampaikan dengan lebih efektif dengan menggunakan media sosial, aplikasi mobile, dan platform digital lainnya. Seperti yang ditunjukkan oleh Hootsuite (2021), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta pada tahun 2021, menunjukkan potensi besar untuk dakwah melalui media online. Beberapa lembaga dakwah telah berhasil menerapkan metode baru ini. Salah satu contohnya adalah program dakwah berbasis video yang dibuat oleh berbagai lembaga dakwah dan berisi konten menarik dan informatif tentang ajaran Islam. Program-program ini tidak hanya menjangkau masyarakat yang lebih luas, tetapi juga dapat menarik generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Dengan cara ini, lembaga dakwah dapat mempertahankan relevansi dan keberlanjutan dakwah di era teknologi.

KESIMPULAN

Nahdlatul Ulama didirikan pada tahun 1926 dan mewakili gerakan Islam tradisional di Indonesia. NU berakar pada kultur Jawa dan menggabungkan tradisi lokal dengan keyakinan Islam. Organisasi ini menekankan pentingnya menjaga tradisi dan budaya dalam dakwahnya, menekankan bahwa perubahan pribadi setiap orang adalah langkah pertama menuju kebangkitan umat Islam (As'ad Said Ali, 2014). Muhammadiyah, di sisi lain, dianggap sebagai lembaga Islam kontemporer yang lebih progresif dalam memahami ajaran Islam. Muhammadiyah didirikan pada tahun 1912 dan mengutamakan pembaharuan dan modernisasi dalam praktik keagamaan (Mohammad Nor Ichwan, 2020).

Jika melihat perbedaan antara NU dan Muhammadiyah, nampak bahwa keduanya memainkan peran yang signifikan dalam pengembangan dakwah di Indonesia. Sementara Muhammadiyah mengutamakan

pembaharuan dan modernisasi dalam praktik keagamaan, NU berkonsentrasi pada pelestarian tradisi dan penguatan identitas kultural masyarakat Muslim. Kedua organisasi ini masih ada dan berkontribusi pada dinamika sosial keagamaan Indonesia, meskipun ada perbedaan. Karena keberadaan kedua organisasi ini, masyarakat dapat memilih pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan spiritual dan sosial mereka. Ini juga menunjukkan berbagai cara umat Islam di Indonesia memahami dan menerapkan ajaran agama mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Statista (2021), Number of Social Media Users in Indonesia from 2017 to 2025, <https://www.statista.com/statistics/272014/number-of-social-media-users-in-indonesia/>, diakses pada 2 Desember 2024.
- Abdurrahman, A. (2020), Konservatisme dan Modernitas dalam Dakwah NU, *Jurnal Islam dan Masyarakat*, 12(1), 45-60.
- Hasan, A. (2018), Peran Nahdlatul Ulama dalam Pemberdayaan Masyarakat, *Jurnal Sosial Keagamaan*, 5(2), 23-35
- Hasyim, M. (2020), Dakwah Digital: Strategi Nahdlatul Ulama di Era Modern, *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(3), 112-127.
- Mujiburrahman, M. (2006), Islam Nusantara: Tradisi dan Modernitas, *Jurnal Pendidikan Islam*, 4(1), 10-25.
- Murtadho, S. (2021), Toleransi dan Kerukunan dalam Dakwah NU, *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 7(1), 15-30.
- Rohman, A. (2019), Pesantren dan Pendidikan Islam di Indonesia, *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 6(2), 85-99.
- Sukri, H. (2021), Jaringan Nahdlatul Ulama: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Politik dan Sosial*, 9(1), 30-44.
- Zainuddin, A. (2019), Dakwah Sosial NU: Konsep dan Implementasi, *Jurnal Dakwah dan Sosial*, 10(2), 50-65.
- Alim, A. (2021), Gerakan Tarbiyah: Membangun Kader Islam di Kampus, *Jurnal Pendidikan Islam*, 12(1), 45-60.
- Fauzi, M. (2022), Peran Gerakan Tarbiyah dalam Pembentukan Karakter Mahasiswa, *Jurnal Dakwah*, 15(2), 123-138.
- Hidayat, U. (2022), Pelayanan Kesehatan dalam Dakwah Muhammadiyah, *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 8(3), 200-215.
- Kemenag (2020), Data Organisasi Keagamaan di Indonesia. Kementerian Agama Republik Indonesia, <https://www.kemenag.go.id>(<https://www.kemenag.go.id>, diakses pada 2 Desember 2024.
- Mujib, A. (2019), Pembaruan Pemikiran Islam di Indonesia: Studi Kasus Muhammadiyah, *Jurnal Pemikiran Islam*, 10(1), 30-45.
- Muhammadiyah. (2021), Laporan Tahunan Muhammadiyah, <https://www.muhammadiyah.or.id>(<https://www.muhammadiyah.or.id>, diakses pada 2 Desember 2024.
- Nashir, I. (2020), Muhammadiyah dan Modernisasi Pemahaman Keagamaan, *Jurnal Sosiologi Islam*, 11(2), 75-90.
- Rizki, A. (2023), Jaringan Internasional Gerakan Tarbiyah: Peluang dan Tantangan, *Jurnal Internasional*, 9(1), 50-65.
- Setiawan, R. (2023), Pemanfaatan Teknologi dalam Dakwah Modern, *Jurnal Teknologi dan Dakwah*, 5(1), 10-25.
- Suharno, D. (2021), Pendidikan Berkualitas dalam Dakwah Muhammadiyah, *Jurnal Pendidikan dan Dakwah*, 7(2), 100-115.
- Noer, D. (1996), Islam dan Politik di Indonesia, Jakarta: LP3ES. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/2657/1/BAB%20I.V.pdf>, diakses pada 3 Desember 2024.
- Maarif, S. (2006), Islam dan Kebudayaan: Sebuah Pendekatan Kultural, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kemenag (2020), Laporan Tahunan Kementerian Agama, Jakarta: Kementerian Agama, <https://dki.kemenag.go.id/storage/files/6-220112034111-61de942791668.pdf>, diakses pada 3 Desember 2024.
- APJII (2021), Laporan Survei Pengguna Internet Indonesia, Jakarta: APJII, <https://survei.apjii.or.id/>, diakses pada 3 Desember 2024.
- We Are Social (2023), Digital 2023: Indonesia, <https://wearesocial.com/digital-2023-indonesia>, diakses pada 3 Desember 2024.
- Bank Dunia (2022), Kelas Menengah di Indonesia: Peluang dan Tantangan, <https://www.worldbank.org/en/country/indonesia/publication/middle-class-in-indonesia>, diakses pada 3 Desember 2024.
- Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (2021), Laporan Tahunan BNPT 2021, <https://www.bnpt.go.id>, diakses pada 4 Desember 2024.
- Pew Research Center (2020), The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050, <https://www.pewresearch.org>, diakses pada 4 Desember 2024.
- Gallup International (2021), Global Emotions Report 2021, <https://www.gallup.com>, diakses pada 4 Desember 2024.
- Badan Pusat Statistik (2022), Statistik Agama di Indonesia, <https://www.bps.go.id>, diakses pada 4 Desember 2024.
- Setara Institute (2021), Laporan Tahunan Setara Institute 2021, <https://setara-institute.org>, diakses pada 4 Desember 2024.
- Hootsuite (2021), Digital 2021: Indonesia, <https://www.hootsuite.com>, diakses pada 4 Desember 2024.
- As'ad Said Ali (2014), Tradisionalisme NU, <https://www.nu.or.id/opini/tradisionalisme-nu-GzdBA>, diakses pada 5 Desember 2024.
- Mohammad Nor Ichwan (2020), Islam Tradisionalis dan Modernis: Telaah Historis atas Tipologi Masyarakat Islam Indonesia, <https://s2iat.walisongo.ac.id/index.php/2020/07/31/islam-tradisionalis-dan-modernis-telaah-historiografis-atas-tipologi-masyarakat-islam-indonesia/>, diakses pada 5 Desember 2024.