



Volume 11 No. 1 Juli 2020

INVENTARISASI POTENSI DAN ANALISIS PROBLEMATIKA DAKWAH DI KOTA CIREBON

POTENTIAL INVENTORY AND PROBLEM ANALYSIS OF DA'WAH IN CIREBON CITY

Arief Rachman^{1,a)}, Amelia Dwi Handayani^{2,b)}

^{1,2}Jurusan Komunikasi dan Penyiran Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon

^{a)}e-mail: rachmancirebon@gmail.com

^{b)}e-mail: ameliadwihandayani11@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya kebutuhan akan data terkini tentang unsur-unsur dakwah meliputi da'i, mad'u, materi, media dan efek yang ada di kota Cirebon. Dengan adanya peta dakwah, maka da'i maupun lembaga dakwah dapat menyesuaikan materi dakwahnya dengan situasi dan kondisi mad'u yang akan diberi materi dakwah, dikarenakan kondisi objektif mad'u memiliki pemahaman islam yang sangat beragam. Penelitian ini penting untuk dilakukan dalam upaya mengungkap data berbagai unsur dakwah yang valid dan komprehensif sesuai situasi dan kondisi yang ada di kota Cirebon. Penelitian dirancang dengan menggunakan metode *mix-methods*. Diawali dengan pengumpulan data serta penyajian data secara kuantitatif kemudian dilanjutkan dengan analisa data menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa situasi dan kondisi da'i sangatlah bervariasi sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat sekitarnya. Demikian pula dengan penggunaan media, baik media massa maupun media sosial. Kesimpulan dari penelitian ini adalah komposisi demografis dari da'i lokal di Kota Cirebon adalah bertempat tinggal di sekitar mad'u dan penggunaan media massa terutama media sosial yang sangat sering dilakukan mad'u.

Kata Kunci: Da'i Lokal, Media Dakwah, Pemetaan Dakwah

ABSTRACT

This research was motivated by the need for current data on the elements of da'wah including da'is, mad'us, materials, media, and effects in the city of Cirebon. With the da'wah mapping, a Da'i and the da'wah institution can adapt the materials of da'wah to the situation and condition of mad'us, people given the materials of da'wah, who have a very diverse understanding of Islam. This research was necessary in an effort to reveal the data of various elements of da'wah that were valid and comprehensive in accordance with the situation and condition in the city of Cirebon. This research was conducted using mix-methods, beginning with data collection and quantitative data presentation then continuing with data analysis using a qualitative approach. The results showed that the situation and condition of da'is varied greatly according to the situation and condition of the surrounding community. Likewise, the use of media, both mass media and social media, fell down into heterogeneity. Based on the results, it was concluded that the demographic composition of the local da'is in Cirebon City was residing around mad'us and da'is used mass media, especially social media, which mad'us mostly spent their time on.

Keywords: Da'wah Mapping, Da'wah Media, Local Da'i

1. Pendahuluan

Dakwah merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan umat manusia. Secara etimologis dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu da'a, yad'u, da'wan, du'a yang diartikan sebagai mengajak atau menyeru, memanggil, seruan permohonan, dan permintaan. Secara terminologis, dakwah dimaknai ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia akhirat (Munir dan Ilaihi 2012).

Indonesia terkenal sebagai negara dengan jumlah penduduk beragama islam terbesar di dunia. Hal ini dapat dipandang sebagai kekuatan, namun disisi lain menimbulkan beberapa permasalahan bagi da'i ketika menjalankan aktivitas syiar islamnya. Salah satu langkah yang dapat dilakukan yakni menyusun strategi dakwah dengan tepat, ditunjang dengan data peta dakwah yang jelas.

Urgensi pemetaan dakwah tergambar dalam pernyataan Erwin Tanjung (2009) dalam Kata Pengantarnya sebagai Ketua Tim Penyusun buku Peta Dakwah Ummat Islam Kabupaten Karo. "Inspirasi untuk membuat Buku Peta Dakwah Ummat Islam Kabupaten Karo dilandasi oleh rasa prihatin kondisi dakwah Islam di Kabupaten Karo. Beberapa kali pertemuan dialog yang digagas oleh PD Dewan Masjid Indonesia Kab. Karo, Majelis Ulama Indonesia Kab. Karo dan Kantor Departemen Agama Kabupaten Karo begitu juga analisa hasil kegiatan Safari Ramadhan dua tahun terakhir menemukan berbagai persoalan dakwah di tengah-tengah ummat khususnya desa-desa yang jauh dari ibukota kabupaten. Begitu juga informasi dari berbagai tokoh agama, mubalig dan pemerhati agama. Mulai dari persoalan ketiadaan pembimbing agama/ustad, tidak ada pengajian/perwiridan, sarana dan prasarana, ketiadaan dan tidak

berfungsinya masjid sampai kepada persoalan berpindah akidah (murtad).

Penelitian Abdullah (2012) menunjukkan peta dakwah yang belum jelas menjadi salah satu kelemahan dakwah. Menurutnya kegiatan dakwah memerlukan penanganan dan manajemen yang baik serta perencanaan dakwah yang didasarkan pada kondisi objektif umat yang dituangkan dalam peta dakwah.

Melalui peta dakwah yang jelas, akan tergambar secara sistematis dan naratif suatu realitas sosial di tengah-tengah masyarakat, yang akan dijadikan medan dakwah. Penggambaran tersebut meliputi situasi sosial, ekonomi, budaya, dan politik (Mul Khan dalam Abdullah 2012).

Informasi-informasi tersebut membantu da'i dalam memetakan dan mencocokkan materi dakwah dan model dakwah dengan kondisi masyarakat sekitar (Nursalam dan Suardi 2017).

2. Metodologi Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *mix-methods*. Penelitian akan

diawali dengan pendekatan secara kuantitatif dan selanjutnya dianalisis dengan pendekatan kualitatif.

Penelitian campuran merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif (Creswell 2010).

Desain penelitian menggunakan penelitian eksplorasi yang diikuti dengan studi kasus. Penelitian eksploratif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menemukan suatu pengetahuan baru yang sebelumnya belum ada. Dalam penelitian ini, upaya eksplorasi dilakukan untuk menggali pengetahuan baru terhadap pola dan peta dakwah di Kota Cirebon.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Komposisi Demografis Da'i/mubalig Lokal

Berikut ini peneliti sajikan data terkait dengan fasilitas keberagaan, keberadaan dai dan aktivitas dai, antara lain:

Tabel 1. Data Fasilitas Masjid di Kota Cirebon

Lokasi Tempat Ibadah	Jagasatru-Pekalipan	Kanggraksan	Persil-Kalikoa	Kebon Baru-Kejaksan	Kesenden-Kejaksan	Larangan-Harjamukti	Karyamulya-Kesambi	Karyamulya-Kesambi
Jumlah masjid	1	3	2	1	3	1	4	1
Jumlah mushalla	2	5	2	8	10	2	9	2
Jumlah pemeluk agama lain	-	-	-	-	2	1	-	-
Proporsi jumlah tempat ibadah dengan jumlah penganut agama	Sering tidak penuh	1:10	1:20	Tidak seimbang	-	-	1:2	2:50
Jumlah jamaah	5	Penuh	10-20	20	3	5	30/ mesjid	50
Jumlah jamaah shalat jum'at	> 100	Penuh	Sesuai kapasitas	>100	2	1	200/ mesjid	-

Tabel 2. Data Keberadaan Da'i/Mubalig Lokal di Kota Cirebon

Lokasi Tempat Ibadah	Jagasatru-Pekalipan	Kanggraksan	Persil-Kalikoa	Kebon Baru-Kejaksan	Kesenden-Kejaksan	Larangan-Harjamukti	Karyamulya-Kesambi	Karyamulya-Kesambi
Jumlah Dai Pahami keagamaan dai	6 NU	5 NU	3 -	3 -	5 NU	7 NU	11 NU,	Bergantian
Tingkat pendidikan Pekerjaan	SMP-SMA -	SMA- S2 Guru, Dosen, Pedagang, Pengusaha	S1 -	Bertani mengajar	Sd – S2 -	Imam Mesjid	Muhammadiyah S1, S2, S3 Dosen pengasuh pondok, wiraswasta	Setara S1 Guru
Topik ceramah	Sejarah Islam, Kisah Para Nabi	Aqidah, Fiqh, Akhlaq	Aqidah, akhlaq, ibadah	Mengenalkan sunah Rasul	Aqidah Fiqh	Al Guran, Hadits	Aqidah, Ahlaq, Ibadah	Amalan sehari-hari, muamalah
Bidang garap /kegiatan penyiaran lisan	Aqidah	Kegiatan rutin mingguan, Majelis Taklim	-	Ceramah	Majelis Talim Nurul Iman	-	Tabligh, Ceramah, Kajian Rutinan	-
Bidang garap /kegiatan penyiaran non lisan	-	-	-	-	-	-	Artikel Online, berita, kajian Online	-
Pengaruhnya dalam masyarakat (tingkat dusun, desa, dst)	Tingkat Desa	Kelurahan dan Kota	Kelurahan Kota	-	Desa	Desa	Desa Kota	-
Wilayah garapan tabligh (desa, kecamatan, kabupaten)	Tingkat Desa	Kelurahan dan Kota	Persil, Kayuwalan g	Desa	Desa dan Kota	Desa dan Kota	Desa Kota	Mahalla sekitar tempat tinggal

Tabel 3. Data Aktivitas Da'i/Mubalig Lokal di Kota Cirebon

Lokasi Tempat Ibadah	Jagasatru-Pekalipan	Kanggraksan	Persil-Kalikoa	Kebon Baru-Kejaksan	Kesenden-Kejaksan	Larangan-Harjamukti	Karyamulya-Kesambi	Karyamulya-Kesambi
Lamanya aktif bertabligh	Kurang lebih 5 tahun	Lebih kurang 10 tahun	15 tahun	Lebih dari 10 tahun	Lebih dari 10 tahun	-	20 tahun	-
Frekuensi bertabligh setiap bulan	2	4	4	2	1	12	4 kali setiap bulan	-
Buku referensi dalam bertabligh	Sahih Bukhori Muslim	Kitab kuning, buku agama	Kitab Kuning	Al hikam	Kitab dan fiqh	-	Biyadatul Mujtahid	-
Sarana transportasi dalam bertabligh	Sepeda Motor	Motor, mobil	Motor	Motor	Motor dan mobil	Jalan kaki	Sepeda, Motor, Mobil	-
Aktivitas dakwah di luar tabligh	-	Mengajar, berdagang	Mengajar membaca Al Quran	Mengajar di Pesantren	-	-	Organisasi bisnis Islami	-
Bentuk tabligh (alternatif: pengajian, mimbar agama di radio/tv/surat kabar, khutbah)	Khutbah dan Pengajian	Khutbah, kajian keagamaan	Pengajian	Pengajian	Pengajian	Pengajian	Pengajian bada magrib, majelis taklim ibu-ibu	Khutbah
Metode tabligh (alternatif: ceramah, diskusi, pelatihan)	Ceramah	Ceramah	Ceramah insidental	Ceramah	Ceramah	Ceramah	Ceramah	Ceramah
Model dalam bertabligh (alternatif: pembinaan/pengasuhan secara tetap kepada mad'u yang sama, ceramah insidental pada sasaran tertentu, dll)	-	Pembinaan, cermahan insidental	Aqidah, ibadah, akhlaq	Pembinaan/Peng asuhan secara tetap	Pembinaan/p engasuhan	Mengaji kitab bersama- sama	Pembinaan pengasuhan secara tetap	Ceramah di setiap Mahalla selesai salat fardhu
Tema/Materi tabligh (alternatif: aqidah, ibadah, muammalah, akhlaq)	Aqidah, Muammalah	Aqidah, ibadah, akhlaq	Ekonomi	Akhlaq	Aqidah, ibadah, muammalah, akhlaq	Ibadah dsb	Aqidah dan akhlaq	Disesuaikan dengan keadaan mad'u
Subbahasan tiap tema/materi (mis: kalau materi muammalah, subbahasannya: politik, pidana,	Akhlaq: Sifat baik manusia, sifat buruk, sifat Nabi	Aqidah: ahlussunah bal jamaah; Ibadah: Shalat, zakat	Cirebon dan Indonesia	Sebagian ada	-	Materi: mengenai kehidupan sehari-hari	Akhlaq: adab bergaul (orang tua, teman) Aqidah: asa Kwa	Muammalah

Lokasi Tempat Ibadah	Jagasatru-Pekalipan	Kanggraksan	Persil-Kaliko	Kebon Baru-Kejaksan	Kesenden-Kejaksan	Larangan-Harjamukti	Karyamulya-Kesambi	Karyamulya-Kesambi
ekonomi, budaya, dsb)							sifat Allah	
Penggunaan bahasa dalam bertabligh	Bahasa Indonesia, Bahasa Jawa	Indonesia	-	-	Bahasa Indonesia	Indonesia	Indonesia	Formal (Indonesia)
Penggunaan seni budaya Arabik sebagai media tabligh	-	-	Genjringan	Ya	-	Marhabanan	Tahlilan, shalawatan	-
Penggunaan seni-budaya lokal murni sebagai media tabligh	-	Nadran, Marawis	-	Ya	-	-	-	
Penggunaan seni-moderen dalam bertabligh	-	-	-	-	-	-		Hanya Peng-arab-an dengan menggunakan bahasa lokal
Pemanfaatan tradisi-perayaan lokal-Arabik untuk bertabligh	Campuran	-	-	-	-	Ada	Maulid Nabi, Isra Miraj Muharamman	Acara maulid Nabi All
Obyek / Mad'u yang dihadapi dari aspek jenis kelamin	Masyarakat Desa	Laki-laki dan perempuan	Laki-laki dan perempuan	Laki-laki dan perempuan	Laki-laki dan perempuan	Laki-laki dan perempuan	Laki-laki dan perempuan	Kebanyakan laki-laki
Obyek / Mad'u yang dihadapi dari aspek perkembangan masyarakat mis. kota-desa-pinggiran	Menengah ke Ata	Desa/Kota	Desa	Desa	Desa	Masyarakat kota	Masyarakat Transisi	Desa
Obyek / Mad'u yang dihadapi dari aspek strata sosial-ekonomi	Campuran	Menengah ke bawah	Pedagang	Sedang	Menengah ke bawah	Masyarakat menengah	Menengah ke atas	Menengah ke bawah
Obyek / Mad'u yang dihadapi dari aspek usia mis. anak-remaja-orang tua-campuran	Rata-rata NU	Campuran	Campuran	Orang tua	Orang tua	Campuran	Campuran	Campuran
Obyek / Mad'u yang dihadapi dari aspek paham keagamaan	-	Awam, terpelajar	Rata-rata	-	-	Masyarakat awam	NU, Muhammadiyah, PUI	Taat beribadah
Obyek / Mad'u yang dihadapi dari aspek penyandang masalah social	-	-	Kelompok viking perjuangan	-	-	-	Remaja pengamen	Pedagang, guru, mahasiswa
Obyek / Mad'u yang dihadapi dari aspek kelompok khusus	-	Kelompok ibu-ibu pengajian	-	-	-	-	Mahasiswa dan cendekiawan	-
Sama tidaknya paham agama mad'u dengan mubaligh	Sama	Tidak sama	Tidak sama	Sama	Tidak	Sama	Terkadang berbeda	Berbeda
Sama tidaknya suku mad'u dengan mubaligh	Tidak sama	Tidak sama	Sama	Sama	Tidak	Sama	Berbeda	Berbeda
Sama-tidaknya lokasi tempat tinggal mad'u dengan mubaligh	Tidak sama	Sama	Sama	Sama	Tidak	Sama	berbeda	Sama

3.1.1 Potensi

Hasil penelitian menggambarkan bahwa keberadaan da'i/mubalig lokal telah dirasakan dan dibutuhkan oleh masyarakat. Keberadaannya disekitar penduduk, memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dengan para da'i/mubalig lokal.

Potensi berikutnya adalah latar belakang pendidikan. Latar belakang pendidikan da'i/mubalig lokal tercatat mulai dari SMA hingga S2 dan S3. Selain itu, ditemukan pula pendidikan non formal seperti lulusan pondok pesantren yang memperkuat kualifikasi dan kredibilitas da'i/mubalig lokal. Latar belakang pekerjaan para da'i/mubalig lokal cukup bervariasi, seperti guru dan dosen yang dapat mendukung kualitas sebagai da'i/mubalig.

3.1.2 Problematika Dakwah

Jumlah da'i/mubalig lokal tidak sebanding dengan jumlah pemeluk agama islam. Dalam satu desa, kadangkala hanya ada satu orang da'i/mubalig untuk melayani banyak mad'u di sebuah desa.

Dari sisi kualifikasi pendidikan, para da'i/mubalig lokal sebagian besar ditingkat SLTA dengan pendidikan non formal dari pondok pesantren. Kemampuan dalam menganalisa keadaan mad'u akan semakin baik manakala tingkat pendidikan da'i/mubalig lokal lebih tinggi lagi dari tingkat SLTA. Tingkat pendidikan da'i/mubalig lokal ini juga dapat dikaji dalam penelitian tentang latar belakang pendidikan dengan kemampuan mereka dalam berdakwah.

Meski demikian pada dasarnya aktivitas dakwah di Kota Cirebon sudah berjalan, namun belum ada pemetaan yang mendalam hingga ke seluruh kecamatan.

Latar belakang mad'u sangat beragam, dari segi pendidikan maupun ekonomi. Faktor ini yang memengaruhi da'i/mubalig lokal untuk lebih berhati-hati dalam menyusun pesan dakwahnya. Materi dakwah yang disampaikan para da'i/mubalig lokal meliputi bidang aqidah/ketauhidan, syari'ah/fikih, muamalah dan akhlak.

Penyampaian materi dakwah masih sebagian kecil yang bersifat kontekstual. Sangat jarang menyentuh dinamika sosial yang ada di masyarakat. Materi-materi yang disampaikan masih sangat bersifat normative, teologis dan doktriner.

Pelaksanaan dakwah yang dilakukan oleh para da'i/mubalig lokal sebagian besar dilakukan dengan cara konvensional (ceramah). Beberapa menerapkan dialog atau tanya jawab, sedangkan media dakwah berbasis teknologi belum pernah dilakukan.

3.2 Penggunaan Media Dakwah

3.2.1 Potensi

Penggunaan media massa dan media sosial di kalangan mad'u cukup bervariasi. Potensi ini bisa dimanfaatkan da'i/mubalig lokal untuk menggunakan media sebagai saluran alternatif penyebaran pesan-pesan dakwah.

Menurut Faizah dan Effendi (2006) media dakwah adalah faktor yang dapat menentukan kelancaran proses pelaksanaan dakwah.

Media itu sendiri adalah industri konten yang ditujukan untuk menjangkau khalayak populer yang sangat besar dan *readerships* di cetak (koran, majalah, penerbitan populer), layar (bioskop, TV) dan aural (musik rekaman, radio) media (Hartley 2004). Media cetak dan penyiaran dikenal sebagai media ‘tradisional’, dan internet sebagai bagian dari media baru atau ‘new media’ (McQuail 2010)

Meski ‘tradisional’ tapi bagi beberapa segmen khalayak, keberadaan televisi dan radio masih diminati di Cirebon. Penyelenggaraan penyiaran radio, dari aspek program siaran, kelebihanannya adalah sifatnya yang pertama, personal, artinya pendengar dapat merasakan suasana akrab, sehingga mudah tersalurnya komunikasi. Kedua, imprehensif, yakni segala informasi selalu cakap, tepat dan jelas. Ketiga, siaran radio, bisa mengatasi buta huruf. Pendengar tidak dituntut harus pandai baca-tulis. Dengan demikian, radio secara simultan bisa mendramatisir situasi pendengar dalam jarak jauh, sehingga pendengar dengan sadar menerima pesan atau informasi dengan mudah (Juniawati 2014).

Rakhmat (1995) menilai situasi pendengar sebagai suatu kelebihan yang dipertimbangkan, sebab proses persepsi diperoleh dengan mudah lewat pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan mengembangkan informasi dan menafsirkan pesan. Kemudahan pendengar dalam pemrosesan informasi adalah kekuatan yang perlu dimanfaatkan oleh da’i

untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah melalui media ini.

Selain itu ada surat kabar yang merupakan bagian dari media cetak. Meski jumlah pembaca mengalami penurunan, tapi media ini bisa menjadi opsi saluran dakwah yang baik untuk mencapai sasaran yang lebih luas, terutama pada mad’u yang teridentifikasi sebagai pengguna surat kabar. Apabila kemasan dan konten pesan sesuai dengan preferensi mereka, maka tujuan dakwah berpeluang tercapai.

Keberadaan media massa menawarkan peluang bagi kegiatan dakwah, di mana pesan-pesan dakwah dapat menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas (Abdullah 2012).

Penelitian ini menunjukkan frekuensi penggunaan televisi oleh mad’u lebih dari dua jam dalam satu hari. Sedangkan akses internet jauh lebih besar, yakni di atas lima jam dalam satu hari. Terpaan media internet yang tinggi banyak dilakukan oleh mad’u dari kalangan mahasiswa. Akses yang mudah melalui *smartphone* menjadi aktivitas yang akrab bagi mad’u kalangan tersebut.

Mengenai berpengaruh atau tidaknya teknologi informasi terhadap pengembangan dakwah dikalangan mahasiswa, hasil riset Purwanto, Taufik dan Jatnika (2017) menyatakan bahwa teknologi informasi sangat berpengaruh.

Sementara penelitian yang dilakukan Fakhruroji dan Muhaemin (2017) menunjukkan penggunaan internet sebagai media dakwah sangat penting, dengan alasan (1) internet merupakan produk teknologi mutakhir yang memiliki jumlah pengguna

yang semakin meningkat dan daya jangkau yang tidak terbatas oleh; (2) internet merupakan media dengan tingkat privasi yang tinggi sehingga memungkinkan seseorang dapat mengakses internet tanpa terkendala status sosial dan latar belakang pendidikan; dan (3) internet merupakan salah satu media, oleh sebab itu dakwah harus memanfaatkan secara optimal.

Beberapa kategori dakwah yang pada umumnya muncul di internet antara lain (a) website, blog, dan konten berbasis WWW lainnya, (b) media sosial seperti Facebook, Twitter, atau Instagram, (c) email melalui newsgroup atau mailing list, (d) video sharing dengan konten dakwah, (e) chat atau forum diskusi, (f) meme dakwah, dan beberapa jenis lainnya yang terus-menerus berkembang secara signifikan (Fakhruroji dan Muhaemin 2017).

Meski penggunaan media dakwah efektif mencapai sasaran yang lebih luas, keberadaan da'i/mubalig lokal secara fisik masih diharapkan oleh mad'u di kota Cirebon. Sebab permasalahan keagamaan yang terkait dengan wilayah sekitar biasanya akan lebih disikapi secara bijak melalui kearifan lokal. Kearifan lokal inilah yang tidak dimiliki oleh da'i/mubalig yang berasal dari luar wilayah mereka.

Perihal materi dakwah, menurut mad'u permasalahan muamalah merupakan persoalan yang paling banyak diharapkan penyebaran informasinya. Materi ketauhidan, fiqh dan sejenisnya merupakan hal yang sudah sering mereka dapatkan baik di sekolah maupun pembelajaran di kampus.

3.2.2 Problematika Dakwah

Tantangan dakwah pada era globalisasi adalah dampak sosial budaya, masyarakat industri dan informasi yang padat akan teknologi. Masyarakat yang demikian itu cenderung untuk terperangkap dalam kerangka sistem budaya dan teknologi sedemikian rupa sehingga dirinya menjadi komponen yang amat tergantung pada sistem tersebut (Pratikya dalam Sirajuddin, 2014). Persoalannya, hal tersebut belum diimbangi dengan wawasan dan kemampuan teknis dalam memanfaatkan teknologi oleh da'i/mubalig di Kota Cirebon.

Permasalahan materi dakwah juga menjadi problem bagi da'i. Mad'u mengharapkan materi tentang muamalah lebih banyak dikaji oleh da'i/mubalig lokal. Selain itu pemahaman tentang tantangan dakwah dan kehidupan beragama di masa yang akan datang juga memerlukan kajian dan pandangan serta tuntunan dari da'i/mubalig lokal.

4. Simpulan

Komposisi demografis dari da'i/mubalig lokal di Kota Cirebon adalah da'i/mubalig lokal memiliki rentang usia yang bervariasi, memiliki pengalaman berdakwah yang relatif lama, memiliki frekuensi berdakwah yang rutin, dan relatif padat setiap minggunya, memiliki pekerjaan tetap dan pekerjaan sampingan yang sedikit banyak menunjang proses dakwah para mubalig lokal, bertempat tinggal di sekitar mad'u.

Selain itu penggunaan media massa, termasuk media sosial dari mad'u kalangan remaja cukup tinggi. Mad'u memandang bahwa pemanfaatan media massa dan gadget

sangat mendominasi proses dakwah Islamiyah di masa datang. Mad'u menyarankan materi dakwah lebih pada bidang muamalah, Walau demikian, keberadaan da'i/mubalig lokal secara fisik masih sangat diperlukan. Sebab da'i/mubalig lokal lebih memahami situasi dan kondisi masyarakat yang menjadi anggota wilayah sasaran dakwahnya.

Daftar Pustaka

- Abdullah. 2012. "Analisis SWOT Dakwah di Indonesia: Upaya Merumuskan Peta Dakwah". *MIQOT* 36 (2): 409-426. https://issuu.com/jurnalmiqotojs.uinsu.ac.id/docs/pdf_juli-desember_2012.
- Creswell, John. 2010. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Faizah dan Lalu M. Effendi. 2006. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Fakhruroji, M. dan Muhaemin, E. 2017. "Sikap Akademisi Dakwah Terhadap Internet Sebagai Media Dakwah". *Jurnal Sosioteknologi* 16 (1): 82-93. <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/3816>.
- Hartley, John. 2004. *Communication, Cultural and Media Studies*. London: Routledge.
- Juniawati. 2014. "Dakwah Melalui Media Elektronik: Peran dan Potensi Media Elektronik dalam Dakwah Islam di Kalimantan Barat". *Jurnal Dakwah* 15 (2): 211-233. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/305>.
- McQuail, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications Ltd.
- Munir, Muhammad dan Wahyu Ilaihi. 2012. *Manajemen dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nursalam dan Suardi. 2017. "Interaksi Keberagaman Dakwah Muhammadiyah di Kota Makassar." *Jurnal Equilibrium Pendidikan Sosiologi* 5 (2): 121-130. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1043/959>.
- Purwanto, Yedi, Muhamad Taufik dan Asep Wawan Jatnika. 2017. "Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa". *Jurnal Sosioteknologi* 16 (1): 94-109. <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/3816>.
- Rahmat, Jalaluddin. 1995. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: CV. Remaja Karya.
- Sirajuddin, Murniaty. 2014. "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan)". Al-Irsyad Al-Nafs, *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam* 1 (1): 11-23. http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Irsyad_Al-Nafs/article/view/2550.

(Sengaja dikosongkan untuk kebutuhan pengaturan tata letak jurnal)