

## Pengembangan Dakwah Multikultural di Era Digital

Wahyu Budiantoro<sup>1\*</sup>, Khafidhoh Dwi Saputri<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto-Indonesia

### Abstrak

Era digital memberikan insentif besar bagi masyarakat, kemudahan memperoleh informasi, meski bias informasi kerap terjadi. Ruang digital mengikis sekat teritorial antarmanusia. Dari sini umat manusia berinteraksi dengan bebas dan terbuka, terutama pada wilayah agama. Dalam penelitian ini, dakwah multikultural melalui platform digital akan dikaji. Menggunakan pendekatan kualitatif dan multikulturalisme dakwah sebagai theoretical framework, penelitian ini menerangkan mengenai hakikat dakwah, substansi dakwah multikultural pada ruang digital. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya masifikasi isu perdamaian, kemanusiaan, cinta kasih dan perkembangan ilmu pengetahuan Islam yang didistribusikan melalui platform digital.

**Kata Kunci:** Dakwah, Multikultural, Era Digital

### Pendahuluan

Islam hadir pertama kali di tengah masyarakat Arab yang heterogen. Karena kecerdasan Nabi Muhammad Saw, Islam dapat diterima dengan baik oleh berbagai komunitas. Sehingga, Islam dapat tersebar ke seluruh penjuru negeri dalam waktu yang relatif singkat (Huda 2015). Nabi berdakwah dengan sangat efektif. Beliau diterima oleh beragam suku dan budaya. Karenanya, nilai-nilai luhur Islam dapat disebarkan oleh Nabi dengan cara yang santun, menggunakan pendekatan akhlak (Q.S. al-Qalam: 4).

Al Makin (2016) mengatakan bahwa manusia dari satu wilayah ke wilayah lain berbeda. Begitu juga cara manusia

beragama. Karena manusia diberi insting dan pengetahuan maka, manusia sering berinovasi (*bid'ah*), kreatif dalam bidang teknologi, pengetahuan atau kebudayaan. Bukan hanya manusianya yang beragam (watak, sifat dan karakter), secara geografis Indonesia (Nusantara) juga memiliki karakteristik yang berbeda.

Sebagai tempat bernaung, Nusantara merupakan lokasi pertemuan antara dua peradaban (tradisi): Barat dan Timur. Tradisi lokal saja sudah banyak. Tercatat ada 1500 pulau, 300 bahasa lokal, 700 dialek bahasa dari berbagai etnis. Agama juga jumlah banyak (Hindu dan Budha dari India, Islam dan Kristen (Semitik). Belum lagi Eropa

\*Author Correspondence: Wahyu Budiantoro, email: budiantoro.wahyu@yahoo.co.id

(via Belanda) menjajah begitu lama di bumi Nusantara (Makin, 2016).

Data tersebut menunjukkan adanya ciri khas dari bangsa Indonesia dalam melaksanakan praktik agama dan penyebarannya (sosialisasi, dakwah). Artinya, dakwah dalam konteks ke-Indonesiaan harus dilakukan dengan mempertimbangkan latar belakang budaya dan tradisi setiap individu, komunitas, kelompok ataupun daerah tertentu, tidak bisa disamaratakan.

Nurcholish Madjid via Suparta menyebut bahwa “agama adalah pesan” (*al-dinu al-nashihah*). Agama juga menjadi petunjuk (*hidayah*). Tidak ada paksaan dalam beragama. Oleh karena itu, dakwah yang ideal hendaknya tidak memaksakan kehendak kepada orang lain. Karena agama adalah *nashihah* (pesan) maka, konten dakwah harus berisikan pesan-pesan yang baik, dan dapat digunakan sebagai petunjuk bagi umatnya (Suparta, 2003).

Sejarah mencatat bahwa pada periode awal Islam, Nabi menghadapi beragam komunitas dengan tradisi dan kultur yang berbeda. Masyarakat telah memiliki tradisi dan kearifan yang khas dalam bidang ekonomi, sosial, maupun kepercayaan. Pada wilayah multikultural semacam itulah dakwah dijalankan dengan metode dan pendekatan tertentu (Huda, 2015).

Nabi selalu melakukan dakwah dengan bijaksana, menyesuaikan kondisi kelompok atau daerah yang dijadikan subjek dakwah (*mad'u*). Terhadap kaum Ahli Kitab (Yahudi dan Nasrani) misalnya, Nabi membimbing mereka dari perilaku penyelewengan terhadap ajaran murni dalam kitab suci masing-masing. Sebab itulah, materi dakwah kepada mereka seputar keimanan dan kesalehan sosial (Q.S. ali-'Imran: 110).

Keimanan dan kesalehan sosial menjadi pondasi dan perhatian utama dalam risalah Nabi Muhammad Saw (Math'ani, 1993).

Nabi Saw telah mencontohkan dakwah yang santun kepada pemeluk agama atau kepercayaan yang lain, selain juga budaya yang berbeda. Nabi Saw selalu menggunakan metode kisah, nasihat, cerita atau tanya jawab. Nabi Saw selalu dapat “memenangkan” diskusi dengan lawan bicaranya karena beliau mendapatkan bimbingan langsung dari Allah SWT melalui wahyu (al-Qur'an).

Metode kisah kerap digunakan Nabi Saw untuk memberikan *tanzir* (peringatan) kepada kaum yang menentang. Metode nasihat juga sering digunakan Nabi Saw melalui *direct message* dari al-Qur'an (seperti Q.S. al-'Ashr: 1-3). Sedangkan, metode tanya jawab Nabi Saw gunakan untuk menyadarkan kaumnya agar mereka memahami dan menerima konten dakwah Islam secara rasional (Huda, 2015). Ketiga metode tersebut sangat berdampak bukan hanya pada prosentase atau jumlah pemeluk agama Islam baru, tetapi, Nabi Saw juga berhasil menanamkan nilai-nilai luhur dan budi pekerti yang agung. Sehingga, antara beragama dan keberagamaan (sosial) berjalan selaras.

Dalam konteks keberagamaan, khususnya di Indonesia, sebagian umat beragama umumnya belum mensosialisasikan ajaran agamanya dengan tidak mengindahkan wajah pluralitas kehidupan masyarakat dari berbagai aspek. Di sinilah urgensi atau signifikansi pengembangan dakwah multikultural yang perlu dimiliki oleh siapapun yang hendak menyampaikan pesan-pesan agama, sebagaimana analogi Nurcholish Madjid di atas. Perspektif multikultural ini menyuntikan semangat (*ghirah*) pengakuan terhadap pluralitas budaya, tradisi atau

kepercayaan kepada kelompok liyan (Zaprul Khan, 2017), sebagaimana contoh metode dakwah Nabi Saw kepada komunitas yang berbeda keyakinan dan budaya.

Dalam pada itu, di era digital, ruang dakwah semakin luas. Perlu banyak penyesuaian dan pendekatan yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai dakwah Islamiah. Dalam berdakwah, di era digital (*cum milenial*), para da'i, aktivis dakwah atau praktisi yang lainnya tidak hanya menunggu permasalahan, melainkan "jemput bola". Istilah "jemput bola" ini dipopulerkan oleh Ziauddin Sardar, untuk membangun interaksi, komunikasi dan kelekatan antar umat (Budiantoro, 2017).

Sardar menyadari, revolusi media digital mempengaruhi nalar dan perilaku manusia modern. Oleh sebab itu, dalam perspektif kultural, media digital memainkan peranan penting dalam sistem tata kelola kehidupan manusia. Media digital bagi masyarakat modern tidak lagi diposisikan sebagai sesuatu yang mentransmisikan pesan. Akan tetapi, menjadi representasi identitas yang vital (Fakhruroji, 2010).

Di era digital, dakwah dikemas secara modern, melalui media youtube, instagram, facebook dan platform digital lainnya. Akun seperti "Santri Gayeng", "Santri Official", "Gus Baha Channel", "Noice" mewarnai dunia digital dengan konten dakwah Islam yang moderat dan plural. Sehingga, umat dengan latar belakang agama dan kebudayaan yang berbeda memiliki ruang untuk belajar, di samping menelaah, meneliti atau melakukan kritik.

Perkembangan Islam tidak didominasi oleh satu faktor, melainkan banyak faktor, antara lain faktor ekonomi, sosial dan politik

dan tradisi keagamaan. Begitu juga saat Islam mengglobal. Sejarah menunjukkan bahwa tidak ada kesepakatan dalam pola atau model praktik beragama. Seluruh elemen berkembang dengan cara beragam. Sangat jamak saat ini melihat Islam dipraktikkan dengan pendekatan yang berbeda. Karena agama (Islam) dipeluk oleh ratusan juta orang maka, banyak corak keberagaman yang tumbuh, menyesuaikan zaman dan konteksnya (Marfu'ah, 2017).

Oleh sebab itu, perkembangan digital menjembatani realitas multikultural tersebut. Platform digital dan prinsip multikultural menjadi tawaran jalan keluar untuk mengikis eksklusifisme, keebalan dan kekakuan terhadap kelompok liyan (Turhamun, 2016). Keniscayaan tersebut, dalam riset Nawawi, disebutkan bahwa era digital (teknologi) seperti sekarang tak ada lagi batas-batas budaya dan teritorial (Nawawi, 2012). Sehingga, dakwah akan "ditolak" apabila tidak mengindahkan unsur keragaman dan keberagaman budaya kelompok lain. Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Saw musti diinterpretasi ulang agar tidak ada lagi gap yang mencolok praktik dakwah yang seharusnya (*das sein*) dan praktik dakwah penganut agama yang dipengaruhi budaya dan pandangan hidup berbeda (*das sollen*).

## METODE

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kualitatif. Sugiyono mengatakan bahwa pendekatan kualitatif memiliki corak artistik dan seni dan juga sebagai pendekatan *interpretive* karena hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi data yang diperoleh, baik data lapangan maupun pustaka (Sugiyono, 2007).

Data dalam penelitian ini, di samping melalui studi pustaka, juga observasi. Observasi digunakan dalam proses pengamatan terhadap perilaku manusia dan gejala yang lain, pada responden atau subjek riset yang tidak terlalu besar (Sugiyono, 2007). Observasi dalam konteks penelitian ini digunakan untuk mengamati video pengajian online Ulil Abshar Abdalla dan video podcast Habib Husein Ja'far. Sedangkan kepustakaan berfungsi menggali data dari jurnal, buku dan media massa terkait dengan dakwah multikultural di era digital.

Analisis data menyorot pada deskripsi dan penempatan data pada konteksnya menggunakan argumentasi (Faisal, 2010). Argumen yang dibangun berdasarkan pada penelusuran teori multikulturalisme dakwah di era digital beserta varian pengembangan dakwahnya melalui media sosial.

## PEMBAHASAN

### 1. Hakikat Dakwah

Kata “dakwah” secara etimologis berarti seruan, panggilan, ajakan, undangan, doa, dorongan permintaan. Akar kata “dakwah” adalah *da'aa yad'un* yang berarti berdoa, mengajak, memanggil, menyeru, mengundang, mendorong (Huda, 2015). Sayyid Qutb memberi penjelasan sederhana tentang hakikat dakwah. Dia mengatakan bahwa dakwah mengajak manusia untuk menuju jalan Allah (Qutb, 1976). Sedangkan, secara leksikal, masih menurut Zainol Huda, dakwah bermakna ajaran atau seruan yang mengisyaratkan adanya pengajak atau penyeru, yang diajak atau diseru atau sasaran (*mad'u*). Artinya, dakwah merupakan aktivitas mengajak dan menyeru kepada orang lain untuk menuju ke jalan Allah (tauhid).

Istilah dakwah dalam al-Qur'an disebut dalam bentuk *fi'il* maupun *mashdar* sebanyak lebih dari seratus kali. Al-Qur'an menggunakan kata dakwah untuk mengajak kepada kebaikan yang disertai dengan risiko masing-masing pilihan (Zaprul Khan, 2017). Dalam al-Qur'an dakwah dalam arti mengajak ditemukan sebanyak 46 kali, 39 kali dalam arti mengajak kepada Islam dan kebaikan, dan 7 kali mengajak ke neraka atau kejahatan (Munir and Ilahi, 2006). Berdasarkan itu, berarti dakwah yang “dimaksud” al-Qur'an adalah ajaran untuk mengajak kepada kebaikan Islam, kebaikan agama, kebaikan tauhid juga peringatan akan bahayanya kejahatan, penyangkalan, pembangkangan atau ketidakpatuhan kepada ajaran Islam yang mengakibatkan dimasukkannya manusia ke dalam neraka.

Dakwah juga berarti seruan atau ajakan kepada keinsafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna terhadap pribadi maupun masyarakat. Konsep dakwah tersebut ditawarkan oleh M. Quraish Shihab. Dia melanjutkan bahwa dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, dakwah harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan (Shihab, 1994).

Pendapat Quraish Shihab di atas memiliki korelasi dengan firman Allah SWT: “baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakang. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka

sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum maka, tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia” (Q.S. ar-Ra’d: 11).

Dakwah adalah satu sisi. Mengajak kebaikan sisi yang lain. Akan tetapi, semua proses itu tidak akan maksimal apabila tidak akan keinginan dari dalam diri manusia untuk senantiasa mendagaygunakan akal dan pikirannya serta hatinya untuk bergerak menuju keadaan yang lebih baik (Islami). Tentunya, di atas semua upaya itu, ada kehendak dan hidayah Allah SWT yang menentukan.

## 2. Dakwah Digital

Abdul Basit dalam bukunya berjudul *Dakwah Milenial* menerangkan bahwa dakwah melalui media digital di satu sisi dapat memberikan manfaat bagi umat. Mereka yang malas membaca buku agama dan sulit datang ke lokasi pengajian dapat dengan mudah untuk memperoleh ilmu pengetahuan mengenai agama. Akan tetapi, fanatisme kelompok, ujaran kebencian, wawasan yang kurang mendalam, juga berpotensi muncul akibat adanya media digital (Basit, 2021).

Dakwah melalui media digital akan sangat dipengaruhi oleh ketercukupan dan kemampuan masyarakat mengakses internet. Laporan terbaru *We Are Social*, sebagaimana disampaikan Athik Hidayatul Ummah, menyebutkan bahwa pada tahun 2020 ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% (25 juta pengguna internet). Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, 64% setengah penduduk Indonesia telah merasakan akses

ke dunia maya. Persentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang memiliki jenis perangkat, di antaranya: *mobile phone* (96%), *smartphone* (94%), *non-smartphone* (21%), laptop atau komputer desktop (66%), *table* (23%), konsol game (16%), hingga *virtual reality device* (5,1%) (Ummah and Athik, 2020).

Data statistik di atas menunjukkan amat tingginya kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menggunakan platform digital. Artinya, sangat terbuka peluang untuk masyarakat Indonesia menyaksikan acara dakwa Islamiah, tentunya dari berbagai model dan inovasinya. Athik Hidayatul Ummah menambahkan bahwa sebagian besar pengguna internet dan media sosial adalah *net generation* atau generasi yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi. Masyarakat *urban middle-class* umumnya menjadi konsumen utama internet (Ummah and Athik, 2020), meskipun agama di dunia digital dapat dipelajari dari segmentasi manapun.

Perkembangan literatur keislaman secara online semakin jamak. Agus Iswanto menjelaskan:

*“literatur online yaitu seluruh pengetahuan keagamaan yang tersedia secara online, baik melalui website yang dicari melalui mesin pencari google, maupun yang tersebar di media sosial. Jadi, tidak hanya sebatas buku elektronik atau e-book. Literatur keislaman disebarkan secara online oleh sekelompok aktivis Islam untuk menyampaikan sebuah opini terhadap sebuah permasalahan atau untuk menggerakkan massa (Iswanto, 2018).*

Di facebook misalnya, Ulil Abshar Abdalla rutin menyelenggarakan *ngaji* online kitab *Ihya Ulumaddin* dan *Misykat al-Anwar* karya Imam al-Ghazali. Keterangan melalui gambar terdapat di bawah ini:



**Gambar 1. Ulil Abshar Abdalla pada Forum Ngaji Online <sup>1</sup>**

Gambar tersebut diambil pada saat live kajian kitab *Misykat al-Anwar* pada tanggal 31 Agustus 2021 pukul 22.44. Sebanyak 1305 orang menyukai (*like*), 600 komentar (*feedback*), serta 424 kali video tersebut dibagikan oleh pengguna (*user*). Ulil membagi naskah kitab *Misykat al-Anwar* secara online melalui form pdf. Artinya, dalam kasus ngaji online Ulil, dakwah digital pada saat yang bersamaan mampu merangkul animo khalayak dengan masif. Meskipun, *ngaji* online seperti yang dilakukan oleh Ulil sangat segmentatif, tidak semua orang dapat mengikuti.

Lev Monovich via Rustam Aji menyatakan bahwa era digital bukanlah digitalisasi konten media ke bit, melainkan kehidupan yang dinamis dari “new media” isi dan hubungan interaktif dengan konsumen media itu sendiri. Jadi, sirkulasi komunikasi melalui media digital adalah melalui pengaksesannya secara *real time* (kapan saja dengan mudah) (Aji 2016). Sirkulasi *ngaji* online Ulil tersebut dapat dilihat kapan saja dengan mudah. Kitab *Misykat al-Anwar* juga dapat diakses secara *real time*. Penyebaran dakwah menjadi efektif. Di sinilah insentif bagi pengguna media digital dalam konteks pemenuhan kebutuhan ilmu dan pengetahuan agama.

<sup>1</sup> Gambar diunduh melalui laman Facebook Ulil Abshar Abdalla, tanggal 31 Agustus 2021, pukul 22.44 WIB.

### 3. Substansi Dakwah Multikultural

Dakwah multikultural terdiri dari 2 kata yaitu dakwah dan multikultural. Dakwah merupakan sebuah aktivitas mengajak manusia untuk melaksanakan perintah Tuhan menuju jalan kebaikan dan menjauhi apa yang sudah dilarang oleh Allah dan Rasulnya. Sedangkan multikultural sendiri berasal dari kata multi (banyak/ beragam) dan kultural (budaya/ kebudayaan) yang secara etimologi berarti keberagaman budaya (Ali, 2011).

Negara Indonesia terbentuk dari beragam kelompok dari mulai etnis, budaya, suku, agama, bahasa, dan dalam dakwah antarbudaya keragaman merupakan tantangan da’i agar mampu meramu pesan-pesan dakwah yang lebih bijaksana dengan mempertimbangkan kondisi budaya mad’u, termasuk di dalamnya mengkondisikan cara-cara dan media yang dianggap tepat dengan ukuran budaya suatu masyarakat (Nawawi, 2012).

Dalam kaitannya dengan dakwah multicultural, Masdar Hilmy berpandangan bahwa adanya keberagaman budaya merupakan kenyataan sosial yang sudah niscaya meskipun demikian hal itu tidak secara otomatis penerimaan yang positif pula (Mahfus, 2006). Dakwah multikultural sejatinya berangkat dari pandangan klasik dakwah kultural yakni pengakuan doktrinal Islam terhadap keabsahan eksistensi kultur dan kearifan lokal yang tidak bertentangan dengan prinsip tauhid. Perbedaannya adalah dakwah multikultural berangkat lebih jauh dalam hal intensitas atau keluasan cakupan kulturalnya. Dakwah Islam harus dapat disampaikan lewat kompromi dengan budaya tertentu. Sehingga, pesan-pesan melalui dakwah multikultural dapat disampaikan

dalam situasi masyarakat yang plural, tanpa melibatkan unsur monisme moral yang bisa merusak pluralitas budaya dan keyakinan itu sendiri (Zaprul Khan, 2017). Dakwah multikultural adalah aktivitas menyeru kepada jalan Allah melalui usaha-usaha melalui karakter budaya suatu masyarakat sebagai kunci utama untuk memberikan pemahaman dan mengembangkan dakwah (Aripudin, 2011).

Dakwah Islam dengan formula multikultural bertujuan untuk memanusiaikan manusia, kata K.H. A. Mustofa Bisri (Bisri, 2013). Sedangkan budaya, kata Haidar Bagir adalah soal menjadi manusia; manusia moral, manusia spiritual, manusia estetis, dan manusia sadar-berpikir (Haidar Bagir, 2017). Artinya, dakwah harus bisa membawa ragam kebudayaan serta menginisiasinya sebagai *maqasid al-syariah* kepada seluruh masyarakat. Dalam konteks inilah, dakwah multikultural “diuji” ketahanan filosofi dan aksiologisnya.

#### 4. Pengembangan Dakwah Multikultural di Era Digital

Aktivitas Agama Islam diturunkan oleh Allah kepada umat manusia sebagai syari’at yang bersifat *rahmatan lil-‘alamiin*. Dengan sifatnya yang memberikan rahmat bagi alam semesta maka, Islam bersifat dan berlaku universal. Universalisme ajaran Islam inilah, menurut Jailani, menjadikan ajarannya bisa tersebar dan diterima di seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia (Jailani, 2014).

Penyiaran Islam (dakwah) dewasa ini harus disertai dengan argumentasi yang mendukung prinsip toleransi, misalnya menggerakkan seseorang untuk mengambil sikap toleran (Ihsani, 2020). Socrates jauh

hari sudah mengatakan pentingnya sikap toleran. Pengetahuan yang dimiliki, termasuk di dalamnya pengetahuan tentang syari’at Islam, harus ditransformasikan ke dalam sikap etis (Bertens, 1999). Seseorang yang belum memiliki sikap etis berarti belum mengetahui dan memahami apa yang dimilikinya (pengetahuan). Oleh sebab itu, dakwah Islam harus bisa membuka wawasan umat Islam.

Dalam syiar dakwah Islam, Nabi Muhammad Saw harus menjadi acuan. Fakhruddin al-Razi berpendapat bahwa:

*“Nabi Muhammad Saw diutus sebagai rahmat bagi dunia dan agama. R a h - mat bagi agama karena saat itu manusia dalam kebodohan dan kesesatan serta para ahli kitab bingung dengan urusan agama mereka, maka Allah mengutus Muhammad sebagai petunjuk jalan. Sedangkan rahmat bagi dunia menyebabkan manusia yang terbiasa berperang meninggalkan perang” (Al-Razi, n.d.).*

Membangun dakwah multikultural untuk menciptakan perdamaian harus berdasarkan konsep cinta kasih, toleransi, dan dialog antar iman (A. Bisri, 2014). Sebagaimana dikatakan Fethullah Gulen, dakwah tidak bisa hanya sekedar mengandalkan tekstualitas, melainkan gerakan. Gerakan ini menyesuaikan kondisi budaya, intelektual, ekonomi dan sosial suatu daerah. Di Indonesia banyak gerakan dakwah yang mengedepankan cinta kasih, seperti gerakan Gusdurian. Gusdurian Surabaya misalnya, selalu mengedepankan dakwah perdamaian, toleransi dan kerukunan antar umat bergama (A. Bisri, 2014).

Dalam konteks internasional, implementasi dakwah multikultural pernah menemukan momentumnya saat Gus Yahya Cholil Tsaquf berpidato di depan “jamaah” Yerusalem, terkait isu internasional Palestina vs Israel. Potongan pidatonya berikut ini:

*“Izinkanlah saya mengatakan sesuatu yang semua orang sudah tahu tapi entah kenapa enggan mengingatnya, apalagi melaksanakannya. Bahwa keadilan bukan hanya soal menuntut, tetapi, juga soal memberi. Maka, keadilan tak mungkin terwujud tanpa kasih sayang. Orang yang tidak bersedia memberikan kasih sayang tidak mungkin mau mempersembahkan keadilan. Ini adalah ruh agama. Ini adalah ruh iman.”*

Pidato tersebut menggunakan prinsip kisah, nasihat dan cinta kasih. Sehingga, nilai-nilai Islam rahmah dapat dibumikan di mana saja sebagai pedoman perdamaian. Al-Qur’an mengajarkan damai dalam surat ke 36 ayat 58: *“Damai, demikianlah sapaan dari Tuhanmu Yang Maha Penyayang kepada mereka yang cinta damai.”* Selain itu al-Qur’an surat 7 ayat 199 juga mengatakan: *“Berikanlah pengampunan, bimbinglah kearah kesepakatan (damai) dan jangan bodoh (melawan kekerasan dengan kekerasan).”*

Dakwah harus membangun sensitifitas kemanusiaan, tidak radikal-konfrontatif. Sensitifitas di sini adalah membangun rasa kebersamaan dala upaya menuju kebaikan bersama sebagai umat manusia. Terlepas dari perbedaan suku, ras, dan agama, setiap individu diikat oleh hak-hak kemanusiaannya (Dermawan, 2018).

Di Indonesia khususnya, sosok seperti Habib Husein Jafar dapat menjadi contoh praktik dakwah multikultural.



**Gambar 2. Podcast “Noice” Habib Husein Jafar<sup>2</sup>**

<sup>2</sup> Dikutip dari <https://www.cnnindonesia.com/>

Platform youtube menjadi media dakwah digital Habib Husein Jafar. Dalam gambar tersebut, beliau menggunakan pendekatan dialog dan tanya jawab, sebagaimana Nabi Muhammad Saw lakukan ketika berdakwah dengan umat berbeda agama, bersama tokoh agama Buddha, BIKSU Zhuan Ziu. Sebanyak 9500 orang menyukai (*like*) video tersebut. Terdapat 1400 komentar netizen (dari ragam budaya dan agama berbeda). Akun “Noice” sendiri sudah di-*subscribe* sebanyak 58.900 kali. Transmisi dakwah Habib Husein Jafar dalam konteks ini sangat efektif untuk menyampaikan wacana kemanusiaan dalam hubungan antaragama dan antarbudaya. Sebagaimana firman Allah Swt dalam Q.S. al-Hujurat ayat 13: “kami jadikan manusia itu bersuku-suku, berbangsa-bangsa untuk saling mengenal satu sama lain.

Dengan demikian, dakwah multikultural adalah ikhtiar kolektif untuk mempertahankan dan menyuburkan nilai kemanusiaan universal. Sensitifitas kemanusiaan inilah sebagai salah satu indikator Islam *rahmatan lil-’aalamiin*. Karena, Allah SWT dan Nabi Saw selalu menyuruh umat manusia untuk senantiasa hidup dalam kerukunan (kesalehan sosial), bukan hanya kesalehan ritual (formalisme syari’at).

## PENUTUP

Dakwah multikultural menjadi pendekatan yang penting dilakukan pada era modern saat ini. Dakwah multikultural harus mampu membuahkan rasa kemanusiaan. Rasa kemanusiaan itu ditunjang oleh prinsip toleransi, cinta kasih dan dialog antar iman. Dakwah tidak boleh dilakukan dengan “marah”, melainkan dengan sikap “ramah”.

[internasional/20180612062434-120-305376/isi-pidato-yahya-staquf-di-yerusalem-soal-israel-palestina](https://www.cnnindonesia.com/internasional/20180612062434-120-305376/isi-pidato-yahya-staquf-di-yerusalem-soal-israel-palestina).

Karena, sikap “ramah” itulah cerminan Islam *rahmatan lil-'aalamin*. Dakwah berarti mengajak, menyeru, sedangkan Islam berarti selamat maka, dakwah multikultural meskipun beda suku, ras dan agama harus senantiasa menyeru dan mengajak manusia pada keselamatan.

Di era digital seperti saat ini, upaya untuk mentransmisikan pesan-pesan kemanusiaan dalam logika agama lebih efektif. Platform seperti facebook, youtube, atau instagram memudahkan umat beragama saling mengenal secara virtual. Lebih penting lagi, isu-isu perdamaian dunia, cinta kasih, memanusiasikan manusia jadi lebih membumi dan diharapkan mampu dipraktikkan dalam kehidupan seluruh umat beragama.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Rustam. 2016. “Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital.” *Islamic Communication Journal* 01(01).
- Al-Razi, Fakhruddin tt. *Tafsir Al-Kabir*, Jilid XI. Beirut: Dar al-Kutub.
- Ali, Maksum. 2011. *Pluralisme Dan Multikulturalisme*. Malang: Aditya Media Publishing.
- Aripudin, Acep. 2011. *Pengembangan Metode Dakwah*. Jakarta: Raja GrafindoPersada.
- Basit, Abdul. 2021. *Dakwah Milenial*. Banyumas: Wawasan Ilmu.
- Bertens, Kees. 1999. *Sejarah Filsafat Yunani*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bisri, A.Mustofa. 2013. *Agama Anugerah, Agama Manusia*. Rembang: Penerbit MataAir.
- Bisri, Achmad. 2014. “Islam Rahmatan Li’l-Aalamin Sebagai Landasan Dakwah Multikultural Persepektif Muhammad Fethullah Gulen.” *Walisongo* 22(2).
- Budiantoro, Wahyu. 2017. “Dakwah Di Era Digital.” *Komunika* 11, No. 2.
- Dermawan, Andy. 2018. “Konsep Dakwah Perdamaian Di Era Kontemporer.” *Jurnal Humanika* 18(2).
- Faisal, Sanipah. 2010. *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fakhruroji, Moch. 2010. “Dakwah Islam Dan Inovasi Media: Peluang Dan Ancaman Media Global Atas Dakwah Islam.” *Komunika* 4(1).
- Haidar Bagir. 2017. *Islam Tuhan Islam Manusia*. Bandung: Mizan.
- Huda, Zainol. 2015. “Dakwah Multikultural (Metode Dakwah Nabi Saw Kepada Umat Agama Lain).” *Jurnal Religia* 19(1).
- Ihsani, A. Fikri Amiruddin. 2020. *Dakwah Multikultural Gerakan Gusdurian Surabaya*. Tesis. Surabaya: Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Iswanto, Agus. 2018. “Membaca Kecenderungan Pemikiran Islam Generasi Milenial Indonesia.” *Jurnal Multikultural dan Multireligius* 17.
- Jailani, Imam Amrusi. 2014. “Dakwah Dan Pemahaman Islam Di Ranah Multikultural.” *Walisongo* 22(2).
- Mahfus, Choirul. 2006. *Pendidikan Multikultural*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Makin, Al. 2016. *Keberagaman Dan Perbedaan: Budaya Dan Agama Dalam Lintas Sejarah Manusia*. Yogyakarta: Suka Press.

- Marfu'ah, Usfiyatul. 2017. "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural". *Islamic Communication Journal* 2(2).
- Math'ani, Abd al-'Azim Ibrahim Muhammad. 1993. *Samahah Al-Islam Fi Al-Dakwah Ila Alah Wa Al-'Alaqah Al-Insaniyyah Manhajan Wa Sirah*. Kairo: Maktabah Wahbah.
- Munir, M, and Wahyu Ilahi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Group.
- Nawawi. 2012. "Dakwah Dalam Masyarakat Multikultural". *Komunika* 6.
- Qutb, Sayyid. 1976. *Fi Zilal Al-Qur'an*. Beirut: Ihya'.
- Shihab, M.Quraish. 1994. *Membumikan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparta, Munzier dan Harjani Hefni. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta: Rahmat Semesta.
- Turhamun. 2016. "Dakwah Multikulturalisme (Multikulturalisme Sebagai Realita Dalam Dakwah)". *Komunika* 10(1). <https://doi.org/10.24090/komunika.v10i1.870>.
- Ummah, Hidayatul, and Athik. 2020. "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)". *Tasamuh* 18(1).
- Zaprul Khan. 2017. "Dakwah Multikultural". *Mawa'iz: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Keagamaan* 8(1).

Website:

<https://www.cnnindonesia.com/internasional/20180612062434-120-305376/isi-pidato-yahya-staqf-di-yerusalem-soal-israel-palestina>.