

Strategi Dakwah di Komunitas Muallaf (Pendekatan Retoris dan Komunikatif dalam Pembinaan Spiritual)

Muhammad Rif'at^{1*}, Anwar Fuadi², Nahed Nuwairah³, Samsul Rani⁴

^{1,2,3,4}UIN Antasari Banjarmasin

E-mail: m.rifat@uin-antasari.ac.id

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3000>

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history

Received: 10 September 2025

Revised: 26 September 2025

Accepted: 6 October 2025

Kata Kunci:

Strategi Dakwah, Muallaf, Pendekatan Retoris dan Komunikatif

Keywords:

Da'wah Strategy, Converts, Rhetorical and Communicative Approaches.



Dakwah kepada komunitas muallaf memerlukan pendekatan yang strategis, komunikatif, dan penuh empati. Muallaf sebagai individu yang baru memeluk Islam berada dalam fase transisi spiritual dan sosial yang kompleks. Artikel ini mengkaji strategi dakwah yang efektif berdasarkan pendekatan retoris dan teori komunikasi interpersonal. Dengan merujuk pada tiga strategi dakwah menurut Al-Bayanuni—sentimental, rasional, dan indriawi—serta teori penetrasi sosial dan model AIDDA, tulisan ini menawarkan kerangka dakwah yang humanis dan berorientasi pada pembinaan hati, akal, dan perilaku. Hasil kajian menunjukkan bahwa dakwah yang menyentuh aspek emosional, intelektual, dan pengalaman langsung lebih efektif dalam membimbing muallaf menuju pemahaman dan pengamalan Islam yang utuh.

Da'wah to the convert community requires a strategic, communicative, and empathetic approach. Converts, as individuals who have recently embraced Islam, are in a complex spiritual and social transition. This article examines effective da'wah strategies based on a rhetorical approach and interpersonal communication theory. By referring to Al-Bayanuni's three da'wah strategies—sentimental, rational, and sensory—as well as social penetration theory and the AIDDA model, this paper offers a humanistic da'wah framework that focuses on training the heart, mind, and behavior. The study's results indicate that da'wah that addresses emotional, intellectual, and direct experience aspects is more effective in guiding converts toward a comprehensive understanding and practice of Islam..



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Muhammad Rif'at, et al (2025). Strategi Dakwah di Komunitas Muallaf (Pendekatan Retoris dan Komunikatif dalam Pembinaan Spiritual) , 4 (2) 7406-7314 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3000>

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan inti dari misi profetik dalam Islam, yaitu menyampaikan risalah ilahi kepada umat manusia dengan penuh hikmah dan kasih sayang. Aktivitas dakwah tidak hanya bersifat ritual, tetapi juga mencerminkan tanggung jawab sosial dan spiritual umat Islam dalam membimbing sesama menuju jalan kebenaran.

Secara etimologis, kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab دعا-يَدْعُو-دعوة yang berarti “mengajak, menyeru, atau memanggil.” Dalam pengertian terminologis, dakwah diartikan sebagai “suatu usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh kaum muslimin untuk menyeru, mengajak dan memanggil umat manusia ke jalan Allah (Islam), demi untuk kebahagiaan bersama di dunia maupun di akhirat. Dilakukan dengan cara bijaksana, tanpa adanya unsur paksaan” (Al-Bayanuni, 1990, hlm. 15).

Al-Qur'an menegaskan prinsip dakwah yang berlandaskan hikmah dan kelembutan, sebagaimana firman Allah SWT (QS. An-Nahl: 125). Ayat ini menunjukkan bahwa dakwah bukan sekadar penyampaian informasi, tetapi juga seni komunikasi yang menyentuh hati dan pikiran. Dalam praktiknya, dakwah harus memperhatikan kondisi psikologis dan sosial mad'u (objek dakwah), termasuk latar belakang budaya, tingkat pendidikan, dan pengalaman spiritual mereka.

Dalam konteks komunitas muallaf, dakwah memiliki tantangan yang lebih kompleks. Muallaf adalah individu yang baru memeluk Islam dan sedang berada dalam fase transisi yang sensitif. Mereka tidak hanya membutuhkan informasi tentang ajaran Islam, tetapi juga pendampingan emosional, penguatan identitas, dan penerimaan sosial. Sebagaimana dijelaskan oleh Nasr (2002), “Conversion to Islam is not merely a change of belief, but a transformation of worldview and spiritual orientation.”

Oleh karena itu, strategi dakwah kepada muallaf harus dirancang secara bijak dan adaptif. Pendekatan yang digunakan harus mampu menjembatani antara ajaran Islam dan realitas kehidupan mereka. Strategi ini mencakup aspek retorik, psikologis, dan sosial, agar pesan dakwah tidak hanya dipahami secara intelektual, tetapi juga dirasakan secara emosional dan diterima secara praktis.

Sebagaimana ditegaskan oleh Zuhdi (2013), “Dakwah yang efektif adalah dakwah yang mampu membangun hubungan interpersonal yang hangat, menyentuh hati, dan menggerakkan kemauan.” Dalam hal ini, da’i dituntut untuk menjadi komunikator yang empatik, edukatif, dan inspiratif.

Dengan demikian, kajian terhadap strategi dakwah di komunitas muallaf menjadi penting untuk memastikan bahwa proses pembinaan spiritual berjalan secara utuh dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pendekatan retorik dan komunikatif yang paling efektif dalam membimbing muallaf menuju pemahaman dan pengamalan Islam yang mendalam.

Pengertian Strategi Dakwah

Strategi dakwah merupakan elemen penting dalam proses penyampaian pesan Islam secara efektif dan berdaya guna. Secara konseptual, strategi dakwah dapat diartikan sebagai “suatu perencanaan yang matang dan bijak agar tercapai tujuan dakwah, dengan mempertimbangkan kondisi mad’u (objek dakwah), lingkungan tempat dakwah berlangsung, dan budaya masyarakat. Strategi ini mencakup pemilihan materi dakwah, metode penyampaian, serta pendekatan yang sesuai dengan karakteristik audiens” (Al-Bayanuni, 1990, hlm. 27).

Dalam praktiknya, strategi dakwah tidak bersifat seragam, melainkan harus disesuaikan dengan konteks sosial dan psikologis mad’u. Menurut Zuhdi (2013), “Strategi dakwah yang efektif adalah strategi yang mampu mengintegrasikan antara isi pesan, metode penyampaian, dan karakteristik audiens. Tanpa strategi yang tepat, dakwah berisiko menjadi monolog yang tidak menyentuh hati dan tidak menggerakkan tindakan.”

Strategi dakwah juga harus mempertimbangkan dinamika sosial dan budaya masyarakat. Dalam konteks masyarakat multikultural atau komunitas muallaf, pendekatan yang digunakan harus bersifat inklusif dan adaptif. Sebagaimana dijelaskan oleh Nasr (2002), “Islamic communication must be rooted in compassion and wisdom, especially when addressing those who are new to the faith.”

Oleh karena itu, strategi dakwah bukan hanya soal teknik penyampaian, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai spiritual, etika komunikasi, dan pemahaman sosiologis. Da’i dituntut untuk menjadi komunikator yang tidak hanya menyampaikan ajaran, tetapi juga membangun hubungan, membimbing dengan kasih, dan menginspirasi perubahan.

Dengan demikian, strategi dakwah adalah fondasi dari keberhasilan dakwah itu sendiri. Tanpa strategi yang tepat, pesan Islam tidak akan sampai secara utuh, dan proses pembinaan spiritual akan kehilangan arah dan makna.

Muallaf sebagai Mitra Dakwah

Dalam kajian dakwah Islam, muallaf memiliki posisi yang sangat strategis. Secara etimologis, kata “muallaf” berasal dari istilah mu’alaf qulubuhum yang disebut dalam Al-Qur’an:

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَاةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرْمِينِ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

“Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (muallaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Mahabijaksana”.(QS. At-Taubah: 60).

Dalam konteks dakwah kontemporer, muallaf adalah individu yang semula non-Muslim dan kemudian memeluk Islam, sering kali melalui proses pencarian spiritual yang panjang dan penuh tantangan.

Muallaf bukan sekadar objek dakwah, melainkan mitra spiritual yang perlu dibimbing dengan kelembutan, kesabaran, dan empati. Sebagaimana ditegaskan oleh Al-Bayanuni (1990), “Dakwah

kepada muallaf harus memperhatikan kondisi batin mereka, karena mereka berada dalam fase transisi yang membutuhkan dukungan emosional dan sosial yang kuat” (hlm. 42).

Pendekatan dakwah kepada muallaf harus bersifat inklusif dan komunikatif. Mereka membutuhkan pembinaan yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif. Dakwah yang hanya menyampaikan ajaran tanpa membangun hubungan emosional akan sulit diterima secara utuh. Sebagaimana dinyatakan oleh Nasr (2002), “Conversion to Islam is not merely a change of belief, but a transformation of worldview and spiritual orientation.”

Oleh karena itu, da’i harus mampu menjadi pendamping spiritual yang memahami latar belakang muallaf, menghargai proses pencarian mereka, dan membimbing mereka dengan kasih sayang. Dalam hal ini, dakwah menjadi proses pembentukan identitas baru yang harus dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan.

Strategi Dakwah Melalui Pendekatan Retoris dan Komunikatif

Strategi dakwah di komunitas muallaf memerlukan pendekatan yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif dan inklusif. Muallaf, sebagai individu yang baru memeluk Islam, sering kali menghadapi tantangan spiritual, sosial, dan psikologis yang kompleks. Oleh karena itu, pendekatan retoris dan komunikatif yang efektif menjadi kunci dalam membangun pemahaman yang mendalam dan pengamalan Islam yang konsisten.

Retorika dalam dakwah bukan sekadar kemampuan berbicara, melainkan seni menyampaikan pesan dengan hikmah, kelembutan, dan relevansi. Dalam konteks komunitas muallaf, retorika yang digunakan harus mampu menjembatani antara ajaran Islam dan latar belakang kehidupan mereka. Al-Qur’an menegaskan pentingnya pendekatan ini dalam Surah An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ
“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”.

Ayat ini menunjukkan bahwa dakwah yang efektif harus mengedepankan kebijaksanaan dan pendekatan yang santun. Retorika yang baik mampu mengemas ajaran Islam dalam narasi yang menyentuh, menggugah, dan relevan dengan pengalaman hidup muallaf. Seperti yang ditegaskan oleh Syed Muhammad Naquib al-Attas, “Islam harus disampaikan sebagai adab, bukan sekadar dogma. Retorika yang beradab akan melahirkan pemahaman yang mendalam.” (Al-Attas, 1993)

Disamping itu diperlukan komunikasi interpersonal untuk membangun koneksi spiritual dan sosial. Komunikasi interpersonal yang efektif dalam dakwah kepada muallaf harus bersifat empatik, kontekstual, dan dialogis. Muallaf sering kali datang dari latar belakang yang berbeda secara budaya dan keyakinan, sehingga pendekatan komunikatif yang berhasil adalah yang mampu membangun hubungan yang hangat dan penuh pengertian.

Yusuf al-Qaradawi menekankan bahwa: “Dakwah yang menyentuh hati lebih kuat daripada dakwah yang hanya menyentuh akal. Muallaf membutuhkan cinta, bukan hanya logika.” (Al-Qaradawi, 1998)

Komunikasi yang terbuka dan inklusif membantu muallaf merasa diterima sebagai bagian dari komunitas Muslim. Pendakwah yang mampu menjadi pendengar aktif, menunjukkan kesabaran, dan memberikan ruang bagi muallaf untuk bertanya dan berdialog, akan lebih berhasil dalam menanamkan nilai-nilai Islam secara mendalam.

Jadi jelaslah bahwa pendekatan retoris dan komunikatif tidak dapat dipisahkan dalam strategi dakwah yang efektif. Retorika yang menyentuh akal dan hati harus didukung oleh komunikasi yang membangun kepercayaan dan kedekatan emosional. Kombinasi keduanya menciptakan proses pembinaan yang holistik, di mana muallaf tidak hanya memahami Islam secara intelektual, tetapi juga menghayatinya sebagai jalan hidup.

Hamid Fahmy Zarkasyi menyatakan: “Muallaf bukan hanya membutuhkan ilmu, tetapi juga teladan dan pelukan ukhuwah. Dakwah harus menjadi pengalaman spiritual, bukan sekadar transfer pengetahuan.” (Zarkasyi, 2010)

Strategi dakwah yang mengintegrasikan pendekatan retoris dan komunikatif akan lebih mampu menjawab kebutuhan spiritual dan sosial muallaf. Hal ini mencakup penyampaian ajaran Islam dengan bahasa yang mudah dipahami, pendekatan yang tidak menghakimi, serta pembinaan yang berkelanjutan dan penuh kasih. Diantara strategi yang bisa diterapkan:

1. Strategi Dakwah Menurut Al-Bayanuni

Muhammad Al-Bayanuni dalam karyanya *Minhaj al-Dakwah fi al-Islam* (1990) mengemukakan tiga pendekatan utama dalam strategi dakwah yang relevan untuk diterapkan kepada berbagai lapisan masyarakat, termasuk komunitas muallaf. Ketiga pendekatan tersebut mencerminkan dimensi emosional, intelektual, dan praktikal dalam proses dakwah.

a. Strategi Sentimentil (al-manhaj al-athifi)

Strategi ini menekankan aspek emosional dan batin. Dakwah dilakukan dengan kelembutan, kasih sayang, dan pendekatan hati. Strategi ini sangat cocok diterapkan kepada muallaf yang sedang mengalami perubahan spiritual dan membutuhkan ketenangan batin. Allah SWT berfirman:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.” (QS. Ali Imran: 159)

Ayat ini menunjukkan bahwa kelembutan adalah kunci dalam membangun kedekatan dan kepercayaan. Dalam konteks dakwah, pendekatan yang penuh kasih akan membuka hati mad'u dan memperkuat ikatan spiritual antara da'i dan muallaf.

b. Strategi Rasional (al-manhaj al-aqli)

Strategi ini berfokus pada akal dan logika. Dakwah dilakukan melalui diskusi, penyampaian bukti sejarah, dan argumentasi ilmiah. Tujuannya adalah membangkitkan kesadaran intelektual dan mendorong mad'u untuk melakukan introspeksi diri.

Menurut Zuhdi (2013), “Strategi rasional dalam dakwah sangat penting untuk menjangkau individu yang memiliki latar belakang pendidikan tinggi atau yang terbiasa berpikir kritis. Melalui pendekatan ini, dakwah menjadi proses dialog yang membangun.”

Strategi ini juga relevan bagi muallaf yang tertarik kepada Islam melalui studi dan pembacaan. Mereka cenderung membutuhkan penjelasan yang logis dan sistematis untuk memperkuat keyakinan mereka.

c. Strategi Indriawi (al-manhaj al-hissi)

Strategi ini mengandalkan pengalaman langsung dan pancaindra. Metode yang digunakan meliputi praktik keagamaan, keteladanan, dan eksperimen sosial. Strategi ini efektif dalam membentuk kebiasaan dan perilaku Islami.

Al-Bayanuni (1990) menyatakan bahwa “Strategi indriawi adalah pendekatan dakwah yang paling konkret, karena melibatkan tindakan nyata yang dapat dirasakan dan ditiru oleh mad'u” (hlm. 55). Dalam konteks muallaf, strategi ini dapat berupa pelatihan ibadah, kegiatan sosial, dan pembiasaan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Keteladanan da'i menjadi aspek penting dalam strategi ini. Sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

“Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia.” (HR. Ahmad, no. 8952)

Melalui keteladanan, muallaf tidak hanya belajar tentang Islam, tetapi juga merasakan keindahan ajaran Islam dalam praktik nyata.

2. Teori Penetrasi Sosial dalam Konteks Dakwah

Dalam membangun hubungan interpersonal yang efektif antara da'i dan mad'u, terutama dalam komunitas muallaf, pendekatan psikologis dan komunikasi interpersonal menjadi sangat penting. Salah satu teori yang relevan untuk menjelaskan dinamika kedekatan antara komunikator dan komunikan adalah Teori Penetrasi Sosial yang dikembangkan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor pada tahun 1973.

Teori ini berangkat dari gagasan bahwa hubungan interpersonal berkembang secara bertahap melalui proses pengungkapan diri yang semakin dalam. Altman dan Taylor menggunakan analogi “lapisan bawang” untuk menggambarkan struktur kepribadian manusia, di mana setiap lapisan mewakili tingkat kedalaman informasi pribadi yang dibagikan. Semakin dalam lapisan yang terbuka, semakin tinggi tingkat keintiman dan kepercayaan dalam hubungan tersebut (Altman & Taylor, 1973).

Dalam konteks dakwah, teori ini sangat relevan karena proses pembinaan spiritual tidak hanya bergantung pada penyampaian materi keagamaan, tetapi juga pada kualitas hubungan antara da'i dan mad'u. Hubungan yang hangat, terbuka, dan saling percaya akan mempermudah proses internalisasi nilai-nilai Islam, terutama bagi muallaf yang sedang mengalami transisi identitas.

Ada beberapa tahapan Penetrasi Sosial dalam Dakwah:

a. Tahap Orientasi

Pada tahap awal, da'i dan mad'u saling mengenal secara umum. Interaksi masih bersifat formal dan terbatas pada informasi dasar seperti nama, latar belakang, dan alasan pertemuan. Dalam dakwah, tahap ini penting untuk membangun kesan pertama yang positif dan menunjukkan sikap terbuka serta ramah.

b. Tahap Eksploratif

Setelah hubungan awal terbentuk, interaksi mulai berkembang ke arah yang lebih personal. Da'i mulai memahami latar belakang spiritual, sosial, dan psikologis mad'u. Diskusi mulai menyentuh aspek keagamaan secara ringan, seperti pengalaman spiritual awal atau pertanyaan dasar tentang Islam.

c. Tahap Afektif

Pada tahap ini, terjadi pertukaran informasi yang lebih dalam dan bersifat pribadi. Da'i dan mad'u mulai berbagi pengalaman hidup, tantangan spiritual, dan harapan ke depan. Kedekatan emosional mulai terbentuk, dan mad'u merasa lebih nyaman untuk mengungkapkan keraguan atau kebingungan yang ia alami.

d. Tahap Stabil

Hubungan antara da'i dan mad'u telah mencapai tingkat kepercayaan yang tinggi. Mad'u merasa aman secara emosional dan spiritual, serta terbuka terhadap bimbingan lebih lanjut. Pada tahap ini, proses dakwah menjadi lebih efektif karena mad'u telah siap menerima dan mengamalkan ajaran Islam secara konsisten.

Sebagaimana dijelaskan oleh West dan Turner (2010), "Social penetration theory emphasizes the importance of self-disclosure in developing intimacy and trust in relationships." Dalam dakwah, pengungkapan diri bukan hanya tentang informasi pribadi, tetapi juga tentang nilai-nilai spiritual yang dibagikan secara tulus dan empatik.

Dengan memahami tahapan ini, da'i dapat merancang pendekatan dakwah yang lebih manusiawi dan kontekstual. Dakwah tidak lagi dipandang sebagai proses satu arah, melainkan sebagai dialog spiritual yang saling memperkaya.

3. Model AIDDA dalam Dakwah

Dalam dunia komunikasi, khususnya komunikasi persuasif, terdapat berbagai pendekatan yang dapat digunakan untuk memengaruhi sikap dan perilaku audiens. Salah satu model yang paling dikenal dan relevan dalam konteks dakwah adalah model AIDDA, yang merupakan akronim dari Attention, Interest, Desire, Decision, dan Action. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh E. St. Elmo Lewis dan kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para ahli komunikasi seperti Campbell (1972) sebagai kerangka kerja untuk memahami tahapan psikologis yang dilalui oleh komunikan dalam merespons pesan persuasif.

Dalam konteks dakwah Islam, khususnya kepada komunitas muallaf, model AIDDA dapat menjadi alat strategis bagi da'i untuk merancang komunikasi yang bertahap, sistematis, dan berorientasi pada perubahan perilaku. Sebagaimana dinyatakan oleh Campbell, "Effective persuasion is not a single act, but a process that moves the audience from awareness to action through a series of psychological stages" (Campbell, 1972, hlm. 88).

a. Attention (Perhatian)

Tahap pertama dalam model AIDDA adalah menarik perhatian mad'u. Dalam dakwah, perhatian dapat dibangkitkan melalui gaya bicara yang menarik, penampilan yang sopan dan bersahaja, serta penggunaan media atau simbol yang relevan dengan konteks budaya mad'u. Perhatian adalah pintu masuk utama dalam komunikasi dakwah. Tanpa perhatian, pesan dakwah tidak akan diterima atau diproses lebih lanjut.

Menurut Kotler dan Keller (2016), "The first task of any communicator is to break through the noise and capture the audience's attention." Dalam dakwah, ini berarti da'i harus mampu menjadi figur yang menarik secara spiritual dan sosial.

b. Interest (Minat)

Setelah perhatian tercipta, tahap berikutnya adalah menumbuhkan minat terhadap ajaran Islam. Minat dapat dibangun melalui penyampaian materi yang relevan, menyentuh kebutuhan spiritual mad'u, dan dikemas dengan pendekatan yang komunikatif. Dalam konteks muallaf, minat sering kali muncul dari rasa ingin tahu atau pencarian makna hidup yang lebih dalam.

Sebagaimana dijelaskan oleh Zuhdi (2013), "Minat dalam dakwah tumbuh ketika mad'u merasa bahwa ajaran Islam menjawab pertanyaan-pertanyaan mendasar dalam hidup mereka."

c. Desire (Hasrat)

Minat yang telah tumbuh perlu diarahkan menjadi hasrat untuk mempraktikkan ajaran Islam. Hasrat ini merupakan dorongan internal yang muncul dari keyakinan dan ketertarikan yang mendalam. Da'i dapat membangkitkan hasrat melalui kisah inspiratif, keteladanan, dan penjelasan tentang manfaat spiritual dan sosial dari menjalankan ajaran Islam.

Menurut Lewis (1903), "Desire is the emotional commitment that precedes decision. It is the point where interest becomes personal."

d. Decision (Keputusan)

Tahap ini merupakan titik kritis dalam proses dakwah, di mana mad'u mengambil keputusan untuk memeluk dan menjalankan Islam. Keputusan ini harus didukung oleh pemahaman yang utuh, keyakinan yang mantap, dan lingkungan yang mendukung. Da'i berperan sebagai fasilitator yang membantu mad'u dalam proses pengambilan keputusan secara sadar dan bertanggung jawab.

Dalam konteks muallaf, keputusan untuk masuk Islam sering kali melibatkan pertimbangan sosial, keluarga, dan identitas. Oleh karena itu, pendekatan yang empatik dan suportif sangat diperlukan.

e. Action (Tindakan)

Tahap terakhir adalah tindakan nyata, yaitu pelaksanaan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Tindakan ini mencakup ibadah, akhlak, dan partisipasi sosial dalam komunitas Muslim. Da'i harus terus mendampingi mad'u dalam tahap ini agar proses internalisasi nilai-nilai Islam berjalan secara konsisten dan berkelanjutan.

Sebagaimana dinyatakan oleh Kotler (2016), "Action is the ultimate goal of persuasion. Without action, all previous stages are meaningless."

Model AIDDA memberikan kerangka kerja yang sistematis bagi da'i dalam merancang strategi dakwah yang efektif, khususnya kepada komunitas muallaf. Dengan memahami tahapan psikologis yang dilalui oleh mad'u, da'i dapat menyampaikan pesan dakwah secara bertahap, menyentuh aspek kognitif, afektif, dan konatif, serta mendorong perubahan perilaku yang berkelanjutan. Dakwah bukan hanya tentang menyampaikan ajaran, tetapi juga tentang membimbing jiwa menuju cahaya kebenaran.

Implikasi Praktis

Dalam konteks dakwah kepada komunitas muallaf, pendekatan yang digunakan tidak dapat bersifat monolitik atau seragam. Muallaf adalah individu yang baru memeluk Islam dan sedang berada dalam fase transisi spiritual, sosial, dan psikologis. Oleh karena itu, strategi dakwah yang efektif harus menggabungkan pendekatan retoris, psikologis, dan sosial secara harmonis.

Pendekatan retoris diperlukan untuk menyampaikan pesan Islam dengan gaya bahasa yang menyentuh, menggugah, dan membangkitkan kesadaran. Sebagaimana dijelaskan oleh Keraf (2004), "Retorika bukan hanya seni berbicara, tetapi juga seni memengaruhi orang lain melalui kekuatan kata." Dalam dakwah, retorika yang baik dapat membangun ikatan emosional antara da'i dan mad'u, serta memfasilitasi pemahaman yang mendalam terhadap ajaran Islam.

Pendekatan psikologis penting untuk memahami kondisi batin muallaf, termasuk keraguan, ketakutan, dan harapan yang mereka alami. Menurut Nasr (2002), "Spiritual transformation requires not only intellectual clarity but also emotional support and moral guidance." Oleh karena itu, da'i harus memiliki sensitivitas psikologis dalam membimbing muallaf, agar proses dakwah tidak menimbulkan tekanan, tetapi menjadi ruang yang aman untuk bertumbuh.

Pendekatan sosial diperlukan untuk membantu muallaf beradaptasi dengan lingkungan baru, membangun jaringan sosial, dan merasa diterima dalam komunitas Muslim. Dakwah yang bersifat sosial dapat dilakukan melalui kegiatan kemasyarakatan, pembinaan kelompok, dan keterlibatan dalam aktivitas keagamaan bersama. Hal ini sejalan dengan pandangan Al-Bayanuni (1990) yang menekankan pentingnya "membangun hubungan sosial yang sehat sebagai bagian dari strategi dakwah yang berkelanjutan."

Keteladanan merupakan aspek yang tidak dapat dipisahkan dari dakwah. Nabi Muhammad SAW adalah contoh utama dalam hal ini. Sebagaimana sabda beliau:

“Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia.” (HR. Ahmad)

Keteladanan da'i dalam perilaku, sikap, dan tutur kata akan menjadi cerminan nyata dari ajaran Islam yang disampaikan. Muallaf tidak hanya belajar dari teori, tetapi juga dari praktik hidup yang mereka saksikan langsung.

Dialog terbuka juga menjadi kunci keberhasilan dakwah. Melalui dialog, da'i dapat mendengarkan aspirasi, pertanyaan, dan kegelisahan muallaf, serta memberikan penjelasan yang relevan dan menenangkan. Zuhdi (2013) menyatakan bahwa “Dakwah yang dialogis lebih efektif daripada dakwah yang monologis, karena membuka ruang partisipasi dan refleksi.”

Pendampingan spiritual adalah bentuk dakwah yang paling mendalam. Ini bukan hanya tentang menyampaikan pengetahuan, tetapi juga tentang membimbing jiwa. Dakwah kepada muallaf harus menjadi proses transformasi, bukan sekadar transfer informasi. Sebagaimana ditegaskan oleh Al-Attas (1993), “Education in Islam is not the transmission of knowledge, but the instilling of wisdom and virtue.”

Dengan demikian, implikasi praktis dari strategi dakwah kepada muallaf adalah perlunya pendekatan yang holistik, empatik, dan berkelanjutan. Da'i harus menjadi pembimbing yang tidak hanya mengajar, tetapi juga mendampingi, menginspirasi, dan menguatkan.

KESIMPULAN

Dakwah kepada komunitas muallaf merupakan tugas mulia yang menuntut kepekaan, kebijaksanaan, dan strategi yang tepat. Muallaf sebagai individu yang baru memeluk Islam berada dalam fase pencarian dan penyesuaian, baik secara spiritual maupun sosial. Oleh karena itu, pendekatan dakwah yang digunakan harus mampu menjawab kebutuhan mereka secara menyeluruh—tidak hanya dari sisi intelektual, tetapi juga emosional dan praktikal.

Strategi dakwah yang efektif kepada muallaf harus menggabungkan tiga dimensi utama: kelembutan dalam penyampaian, rasionalitas dalam argumentasi, dan kehadiran nyata dalam praktik kehidupan. Pendekatan yang lembut dan penuh kasih akan membuka hati muallaf, membangun rasa aman, dan menumbuhkan kepercayaan terhadap da'i sebagai pembimbing spiritual. Sementara itu, pendekatan rasional akan membantu mereka memahami ajaran Islam secara logis dan sistematis, sehingga keyakinan yang tumbuh bukan sekadar emosional, tetapi juga intelektual. Pendekatan praktis, melalui keteladanan dan pengalaman langsung, akan memperkuat internalisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Retorika dakwah yang menyentuh hati, membangkitkan akal, dan melibatkan pengalaman langsung terbukti lebih efektif dalam membimbing muallaf menuju pemahaman dan pengamalan Islam yang utuh. Dalam hal ini, teori-teori komunikasi seperti pendekatan Al-Bayanuni, Teori Penetrasi Sosial, dan Model AIDDA memberikan kerangka konseptual yang kuat dan aplikatif. Ketiganya menekankan pentingnya proses bertahap, hubungan interpersonal yang hangat, dan komunikasi yang persuasif dalam membangun kedekatan antara da'i dan mad'u.

Al-Bayanuni menekankan bahwa strategi dakwah harus mencakup aspek emosional, intelektual, dan indriawi, yang masing-masing berperan dalam membentuk kesadaran dan komitmen spiritual. Teori Penetrasi Sosial menunjukkan bahwa hubungan antara da'i dan muallaf berkembang melalui tahapan yang saling membuka diri, membangun kepercayaan, dan memperkuat ikatan batin. Sementara itu, Model AIDDA memberikan panduan praktis tentang bagaimana membimbing mad'u dari tahap perhatian hingga tindakan nyata dalam menjalankan ajaran Islam.

Dengan mengintegrasikan pendekatan-pendekatan tersebut, dakwah kepada muallaf tidak hanya menjadi proses penyampaian ajaran, tetapi juga menjadi perjalanan spiritual yang mendalam dan bermakna. Da'i berperan sebagai pendamping yang tidak hanya mengajar, tetapi juga merangkul, membimbing, dan menginspirasi. Melalui strategi dakwah yang komunikatif dan humanis, muallaf dapat menemukan kedamaian dalam Islam dan menjadi bagian utuh dari komunitas Muslim yang beriman dan beramal.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Attas, Syed Muhammad Naquib. *Islam and Secularism*. Kuala Lumpur: ISTAC, 1993.

- Al-Attas, Syed Muhammad Naquib. *Islam and Secularism*. Kuala Lumpur: ISTAC, 1993.
- Al-Bayanuni, Muhammad. *Minhaj al-Dakwah fi al-Islam*. Dar al-Fikr. 1990
- Al-Ghazali, Abu Hamid. *Ihya Ulumuddin*. Beirut: Dar al-Fikr, 1991.
- Al-Maududi, Abul A'la. *Towards Understanding Islam*. Lahore: Islamic Publications, 2000.
- Al-Qaradawi, Yusuf. *Fiqh al-Dakwah*. Kairo: Maktabah Wahbah, 1998.
- Altman, I., & Taylor, D. *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. Holt, Rinehart & Winston. 1973
- Campbell, J. *The Rhetorical Act*. Wadsworth Publishing. 1972
- Hanbali, Ahmad bin. *almusnad, Darul Hadits*. 1995
- Kementerian Agama RI. *Al-qur'an dan Terjemah*. Pustaka Al Kautsar. 2020
- Keraf, Gorys. *Argumentasi dan Narasi*. Gramedia. 2004
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education. 2016
- Nasr, Seyyed Hossein. *The Heart of Islam: Enduring Values for Humanity*. HarperOne. 2002
- West, R., & Turner, L. H. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. McGraw-Hill. 2010
- Zarkasyi, Hamid Fahmy. *Islam dan Tantangan Modernitas*. Gontor: INSIST Press, 2010.
- Zarkasyi, Hamid Fahmy. *Islam dan Tantangan Modernitas*. Gontor: INSIST Press, 2010.
- Zuhdi, Muhammad. "Retorika dalam Pendidikan Islam." *Jurnal Pendidikan Islam*, 2(1) 2013.