



Pendekatan Sosiologi dalam Penyusunan Peta Dakwah (Kota Makassar)

Sociological Approach in Compiling the Map of Da'wah (Makassar City)

Ramli^{1*}, Mahmuddin²

¹Universitas Muhammadiyah Makassar

²Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

*Corresponding Author: E-mail: ramli@unismuh.ac.id

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 27 Oct, 2024

Revised: 17 Dec, 2024

Accepted: 15 Jan, 2025

Kata Kunci:

Dakwah, Pendekatan Sosiologi, Peta Dakwah, Kota Makassar, Keberagaman Sosial, Strategi Dakwah

Keywords:

Da'wah, Sociological Approach, Da'wah Map, Makassar City, Social Diversity, Da'wah Strategy

DOI: 10.56338/jks.v8i1.6790

ABSTRAK

Penyusunan peta dakwah merupakan langkah strategis dalam upaya memperluas penyebaran pesan Islam di masyarakat. Kota Makassar, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, memiliki keberagaman sosial yang cukup kompleks. Oleh karena itu, pendekatan sosiologi menjadi penting dalam merancang peta dakwah yang tepat guna dan efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pendekatan sosiologi dapat diterapkan dalam penyusunan peta dakwah di Kota Makassar. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini mengkaji struktur sosial, dinamika kelompok, serta faktor-faktor sosial budaya yang memengaruhi penerimaan dakwah di berbagai lapisan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemetaan dakwah yang berbasis pada analisis sosiologis memungkinkan penyesuaian metode dakwah dengan karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya yang ada di setiap wilayah. Pendekatan ini dapat meningkatkan efektivitas dakwah dengan memanfaatkan potensi sosial yang ada dan mengatasi tantangan-tantangan yang dihadapi dalam proses penyebaran ajaran Islam di tengah-tengah masyarakat yang pluralistik. Oleh karena itu, pengembangan peta dakwah yang berbasis pada pendekatan sosiologi di Kota Makassar sangat penting untuk memperkuat keberhasilan dakwah dan membangun masyarakat yang lebih harmonis.

ABSTRACT

The preparation of a da'wah map is a strategic step in expanding the dissemination of Islamic messages within society. Makassar City, as one of the major cities in Indonesia, possesses a complex social diversity. Therefore, a sociological approach is essential in designing an effective and well-targeted da'wah map. This study aims to analyze how the sociological approach can be applied in the development of a da'wah map in Makassar City. Using a qualitative method, this research examines the social structure, group dynamics, and socio-cultural factors that influence the reception of da'wah across various community levels. The results indicate that da'wah mapping based on sociological analysis allows for the adaptation of da'wah methods to the social, economic, and cultural characteristics of each region. This approach enhances the effectiveness of da'wah by utilizing existing social potentials and addressing challenges in spreading Islamic teachings in a pluralistic society. Therefore, developing a da'wah map grounded in a sociological approach in Makassar City is crucial for strengthening the success of da'wah and fostering a more harmonious society.

PENDAHULUAN

Peta dakwah merupakan alat strategis untuk merencanakan dan mengarahkan kegiatan dakwah dengan mempertimbangkan konteks sosial, budaya dan geografis yang ada. Dalam hal ini pendekatan sosiologi sangat penting untuk memahami dinamika masyarakat yang menjadi target dakwah. Di Makassar sebagai salah satu kota besar di Indonesia keberagaman sosial dan budaya sangat kental, sehingga memerlukan pendekatan yang tepat dalam penyusunan peta dakwah.

Peta dakwah bukan hanya sekadar sebuah alat perencanaan tetapi juga sebuah strategi yang mencerminkan pemahaman mendalam tentang masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Di Indonesia dengan keragaman sosial, budaya dan agama yang sangat kompleks, dakwah memerlukan pendekatan yang fleksibel dan kontekstual agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh berbagai

kalangan. Peta dakwah menjadi sangat penting dalam konteks ini, karena mampu mengidentifikasi karakteristik masyarakat, seperti kelompok etnis, tradisi budaya serta tantangan dan peluang yang ada dalam penyebaran pesan dakwah.

Pendekatan sosiologi dalam peta dakwah memberi fokus pada pemahaman terhadap struktur sosial, nilai-nilai budaya serta perilaku masyarakat. Dalam hal ini sosiologi membantu dalam memahami bagaimana interaksi sosial, pola komunikasi serta norma-norma yang berkembang di masyarakat dapat memengaruhi keberhasilan dakwah. Oleh karena itu strategi dakwah yang dilakukan tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan tetapi juga pada pemahaman terhadap konteks sosial, ekonomi dan politik yang ada.

Makassar sebagai salah satu kota besar di Indonesia memiliki dinamika sosial yang sangat kaya dan kompleks. Keberagaman etnis, agama dan budaya di kota ini menciptakan tantangan sekaligus peluang dalam upaya dakwah. Kota Makassar adalah tempat bertemunya berbagai suku seperti Bugis, Makassar, Toraja serta pendatang dari berbagai daerah lain yang masing-masing memiliki identitas budaya yang khas. Selain itu terdapat juga keberagaman agama di mana mayoritas penduduknya beragama Islam namun terdapat pula kelompok-kelompok agama lainnya yang hidup berdampingan.

Kehidupan sosial di Makassar juga dipengaruhi oleh tradisi lokal yang kuat seperti adat istiadat dan kearifan lokal yang masih dijunjung tinggi oleh masyarakat. Oleh karena itu peta dakwah di Makassar perlu mempertimbangkan nilai-nilai lokal yang ada seperti budaya gotong royong, penghormatan terhadap orang tua serta kebiasaan musyawarah dalam memecahkan masalah. Dalam konteks ini dakwah perlu disampaikan dengan cara yang menghormati dan memadukan nilai-nilai Islam dengan kearifan lokal agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik.

Dalam menyusun peta dakwah di Makassar penting untuk memperhatikan beberapa faktor seperti demografi, tingkat pendidikan serta pola ekonomi masyarakat. Sebagai contoh komunitas yang tinggal di daerah pinggiran kota mungkin memiliki tantangan aksesibilitas terhadap pendidikan dan informasi yang mempengaruhi cara dakwah harus disampaikan. Di sisi lain masyarakat di pusat kota yang lebih terpapar oleh berbagai informasi mungkin membutuhkan pendekatan dakwah yang lebih intelektual dan berbasis pada kajian ilmiah.

Dengan memperhatikan berbagai aspek tersebut peta dakwah di Makassar dapat menjadi alat yang efektif dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan dakwah yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi sosial budaya setempat. Peta dakwah yang disusun dengan pendekatan sosiologis yang tepat akan membantu dalam meningkatkan keberhasilan dakwah dan mengurangi potensi konflik sosial, sekaligus memperkuat keharmonisan sosial yang ada.

Makalah ini akan membahas bagaimana pendekatan sosiologi dapat diterapkan dalam penyusunan peta dakwah di kota Makassar, dengan fokus pada pengidentifikasian karakteristik sosial masyarakat dan faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas dakwah.

Tujuan dari penulisan makalah ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor sosial yang mempengaruhi dakwah di Makassar dan merumuskan langkah-langkah penyusunan peta dakwah yang relevan dengan kondisi sosial masyarakat setempat.

METODE

Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini mengkaji struktur sosial, dinamika kelompok, serta faktor-faktor sosial budaya yang memengaruhi penerimaan dakwah di berbagai lapisan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendekatan Sosiologi Dalam Penyusunan Peta Dakwah di Makassar

Identifikasi Kelompok Sasaran Dakwah

Pendekatan sosiologi memungkinkan untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok sasaran dakwah yang memiliki karakteristik sosial tertentu seperti usia, jenis kelamin latar belakang pendidikan dan pekerjaan. Identifikasi ini penting untuk menentukan metode dakwah yang paling efektif. Identifikasi kelompok sasaran dakwah merupakan langkah awal yang sangat penting dalam merancang strategi dakwah yang efektif dan efisien. Dalam pendekatan sosiologi, kelompok sasaran dakwah dapat dilihat melalui berbagai karakteristik sosial yang dimiliki oleh individu-individu dalam masyarakat. Karakteristik ini mencakup usia, jenis kelamin latar belakang pendidikan, pekerjaan, status sosial, hingga nilai-nilai budaya yang dianut. Dengan memahami profil sosial ini para pendakwah dapat lebih mudah merancang pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan, karakter dan tantangan yang dihadapi oleh kelompok sasaran dakwah.

Usia Kelompok berdasarkan usia memiliki preferensi dan kebutuhan dakwah yang sangat berbeda. Misalnya dakwah untuk anak muda cenderung lebih fokus pada isu-isu yang relevan dengan kehidupan mereka, seperti pergaulan, pendidikan, dan karir. Dakwah untuk orang dewasa mungkin lebih menekankan pada penguatan nilai-nilai keluarga, pekerjaan dan kehidupan sosial. Sedangkan dakwah untuk lansia bisa lebih banyak mengangkat tema ketenangan batin, kehidupan setelah mati dan penguatan spiritualitas.

Jenis Kelamin Perbedaan gender dalam kelompok sasaran dakwah juga sangat signifikan. Dakwah untuk pria dan wanita bisa disesuaikan dengan peran sosial masing-masing dalam masyarakat. Untuk wanita, dakwah bisa lebih fokus pada tema keseimbangan antara kehidupan keluarga, pekerjaan, dan keagamaan, serta bagaimana mereka dapat menunaikan peran agama dengan penuh keberkahan dalam konteks sosialnya. Sementara untuk pria, dakwah bisa lebih mengedepankan tanggung jawab sebagai kepala keluarga, pemimpin di tempat kerja, serta pentingnya menjaga adab dan etika sosial.

Latar Belakang Pendidikan Individu dengan latar belakang pendidikan yang berbeda akan memiliki pemahaman dan daya tangkap yang beragam terhadap ajaran agama. Untuk kelompok yang terdidik tinggi, dakwah bisa lebih mendalam dan menggunakan bahasa yang lebih ilmiah atau berbasis argumen rasional. Sementara itu, untuk mereka yang memiliki pendidikan rendah, dakwah bisa dilakukan dengan pendekatan yang lebih praktis dan berbasis pada nilai-nilai sehari-hari yang mudah diterima dan dipahami.

Pekerjaan juga mempengaruhi cara seseorang melihat kehidupan, sehingga dakwah yang disampaikan harus relevan dengan konteks profesinya. Dakwah untuk kelompok profesional mungkin lebih menekankan pentingnya integritas, etika kerja, dan tanggung jawab sosial, sedangkan dakwah untuk pekerja atau buruh bisa lebih banyak membahas tema keadilan sosial, hak-hak pekerja, dan bagaimana menjalani kehidupan yang penuh berkah meskipun dalam kondisi yang sulit.

Status Sosial dan Ekonomi Kelompok dengan status sosial dan ekonomi yang berbeda memiliki kebutuhan dakwah yang bervariasi. Bagi kelompok dengan status sosial yang lebih tinggi, dakwah dapat difokuskan pada pentingnya kesederhanaan, rasa syukur, dan kepedulian terhadap sesama. Sementara bagi kelompok yang kurang mampu, dakwah bisa memberikan inspirasi dalam menghadapi kesulitan hidup, serta memberikan motivasi untuk tetap semangat dalam mencari rizki halal dan menjaga hubungan baik dengan Tuhan dan sesama.

Nilai-Nilai Budaya dan Kepercayaan Lokal Di banyak masyarakat, budaya dan kepercayaan lokal sangat mempengaruhi cara dakwah diterima. Oleh karena itu, pendekatan dakwah yang efektif harus sensitif terhadap nilai-nilai budaya tersebut. Pendakwah perlu memahami adat istiadat, bahasa, serta simbol-simbol budaya yang ada di masyarakat agar pesan dakwah dapat disampaikan dengan cara yang tidak menyinggung atau bertentangan dengan nilai-nilai yang sudah ada. Dalam beberapa kasus, dakwah bisa diselaraskan dengan tradisi lokal yang positif, menciptakan harmoni antara agama dan budaya.

Pentingnya Identifikasi Kelompok Sasaran Dakwah

Melalui identifikasi kelompok sasaran dakwah ini, pendakwah dapat menyesuaikan pendekatan yang digunakan. Jika tidak dilakukan dengan hati-hati, dakwah yang disampaikan bisa jadi kurang efektif atau bahkan ditolak oleh masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi pendakwah untuk melakukan riset sosial yang mendalam tentang kondisi masyarakat yang akan dijangkau, untuk mengetahui cara terbaik dalam menyampaikan pesan agama.

Pendekatan sosiologi dalam dakwah memungkinkan agar pesan yang disampaikan bisa lebih relevan dan kontekstual dengan kehidupan target dakwah, mengurangi potensi gesekan, dan meningkatkan pemahaman serta penerimaan masyarakat terhadap ajaran agama. Hal ini pada akhirnya dapat membawa hasil yang lebih baik dalam menciptakan masyarakat yang lebih religius, harmonis, dan sejahtera.

Faktor-Faktor Sosial yang Mempengaruhi Dakwah

Beberapa faktor sosial yang perlu diperhatikan dalam penyusunan peta dakwah di Makassar meliputi: Budaya Lokal Adat istiadat dan budaya lokal dapat mempengaruhi cara dakwah diterima. Tingkat Pendidikan masyarakat mempengaruhi cara menyampaikan pesan dakwah. Kondisi ekonomi masyarakat dapat mempengaruhi akses dan penerimaan dakwah.

Faktor-faktor sosial yang mempengaruhi dakwah sangat penting untuk dipahami dalam penyusunan peta dakwah, terutama di kota-kota besar seperti Makassar. Setiap faktor sosial ini memiliki peran yang signifikan dalam menentukan efektivitas dan cara penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat. Berikut adalah beberapa faktor sosial yang perlu diperhatikan:

Budaya Lokal adalah faktor yang sangat penting dalam dakwah. Di Makassar sebagai kota dengan keberagaman suku, adat, dan tradisi, cara dakwah perlu disesuaikan dengan kearifan lokal. Setiap kelompok etnis dan budaya memiliki nilai-nilai, simbol, serta cara berkomunikasi yang khas. Oleh karena itu, dakwah yang dilaksanakan harus memperhatikan sensitivitas budaya dan cara masyarakat setempat menerima pesan. Misalnya penggunaan bahasa dan metode pendekatan yang lebih akrab dengan adat istiadat lokal akan lebih mudah diterima, dibandingkan dengan pendekatan yang dianggap asing atau bertentangan dengan nilai-nilai budaya mereka. Selain itu keberadaan tradisi Islam yang sudah lama berkembang di Makassar juga memberikan pengaruh terhadap bentuk dan gaya dakwah yang diterima masyarakat.

Tingkat Pendidikan masyarakat juga sangat memengaruhi bagaimana dakwah dapat diterima dan dipahami. Masyarakat dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih terbuka terhadap pendekatan dakwah yang rasional dan berbasis argumen ilmiah. Mereka mungkin lebih menginginkan dakwah yang menggunakan referensi kitab-kitab ilmiah, riset sosial, atau teori-teori kontemporer. Sementara itu masyarakat dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah mungkin lebih mudah menerima dakwah yang menggunakan pendekatan yang lebih sederhana melalui ceramah langsung atau pengajian yang lebih fokus pada ajaran dasar agama. Oleh karena itu penyusunan peta dakwah harus mempertimbangkan tingkat pendidikan yang berbeda-beda dengan menyusun materi dakwah yang sesuai dan mudah dipahami oleh semua lapisan masyarakat.

Kondisi ekonomi masyarakat di Makassar seperti halnya di banyak kota lain juga mempengaruhi cara dakwah diterima. Masyarakat yang hidup dalam kondisi ekonomi sulit mungkin lebih fokus pada kebutuhan materi dan pemenuhan kebutuhan dasar sehingga dakwah yang menyentuh aspek kesejahteraan sosial dan ekonomi seperti membantu pemberdayaan ekonomi umat atau mengajarkan pengelolaan keuangan halal, akan lebih relevan bagi mereka. Sebaliknya, masyarakat dengan kondisi ekonomi yang lebih baik mungkin lebih tertarik pada dakwah yang membahas isu-isu kemajuan sosial, teknologi, atau cara-cara mencapai keseimbangan hidup antara dunia dan akhirat. Oleh karena itu, dakwah yang efektif harus dapat menyesuaikan dengan keadaan ekonomi masyarakat, serta memberikan solusi atau nilai yang dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Agama dan Kepercayaan Masyarakat Keberagaman agama dan keyakinan masyarakat Makassar juga menjadi faktor penting dalam menentukan pendekatan dakwah. Sebagai kota dengan

mayoritas Muslim namun juga terdapat komunitas Kristen, Hindu dan lainnya dakwah perlu dijalankan dengan penuh toleransi dan menghargai keberagaman. Pendekatan yang inklusif dan tidak memaksakan keyakinan akan lebih diterima oleh masyarakat, terutama jika dakwah dilakukan dengan cara yang damai, tanpa merendahkan kepercayaan lain. Dalam konteks ini, penting untuk mengedepankan nilai-nilai universal yang ada dalam Islam, seperti kedamaian, keadilan, dan saling menghormati antar sesama.

Teknologi dan Media Sosial Perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial juga mempengaruhi dakwah di Makassar. Dalam era digital ini dakwah tidak hanya dilakukan melalui ceramah atau pengajian di masjid tetapi juga melalui platform digital seperti YouTube, Instagram dan TikTok. Oleh karena itu pendekatan dakwah yang memanfaatkan media sosial dapat memperluas jangkauan dakwah, terutama bagi generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Penggunaan bahasa yang mudah dipahami visual yang menarik, dan konten yang sesuai dengan minat serta kebutuhan audiens akan semakin mendekatkan dakwah dengan mereka.

Struktur Sosial dan Kelas Masyarakat Struktur sosial yang terdiri dari berbagai kelas sosial (atas, menengah, bawah) juga mempengaruhi cara dakwah diterima. Masyarakat kelas menengah dan atas mungkin lebih menginginkan dakwah yang berfokus pada pemikiran filosofis, spiritualitas tinggi atau pembahasan ilmu agama yang mendalam. Sebaliknya, masyarakat kelas bawah mungkin lebih tertarik pada dakwah yang memberikan solusi praktis dalam kehidupan sehari-hari, seperti cara menjalani hidup yang lebih baik, meningkatkan ketahanan ekonomi keluarga, atau mendapatkan kesejahteraan sosial. Oleh karena itu dakwah harus disesuaikan dengan kondisi sosial-ekonomi masyarakat yang dituju.

Dengan memperhatikan faktor-faktor sosial ini, dakwah dapat disampaikan dengan cara yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan serta kondisi masyarakat. Penyusunan peta dakwah yang matang dengan mempertimbangkan semua elemen sosial tersebut akan memastikan bahwa pesan dakwah diterima dengan baik, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Strategi Dakwah Berdasarkan Pendekatan Sosiologi

Strategi dakwah yang digunakan harus disesuaikan dengan kondisi sosial di Makassar seperti: Dakwah melalui Pendidikan Memanfaatkan lembaga pendidikan untuk menyebarkan dakwah.

Dakwah Melalui Media Sosial Mengingat banyaknya masyarakat Makassar yang aktif di media sosial, dakwah melalui platform ini menjadi sangat relevan.

Dakwah Berbasis Komunitas Membentuk kelompok-kelompok dakwah yang berbasis pada komunitas sosial dan kultural setempat.

Strategi dakwah yang berbasis pada pendekatan sosiologi harus memperhatikan konteks sosial dan budaya masyarakat yang menjadi objek dakwah. Dalam hal ini masyarakat Makassar memiliki ciri khas sosial yang perlu dipahami agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik. Berikut adalah beberapa strategi dakwah yang disesuaikan dengan kondisi sosial di Makassar:

Dakwah melalui Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu instrumen penting dalam membentuk pemahaman dan kesadaran agama yang lebih baik. Mengingat tingginya perhatian masyarakat Makassar terhadap pendidikan, lembaga pendidikan (seperti sekolah, madrasah, dan universitas) dapat menjadi tempat strategis untuk menyebarkan dakwah. Strategi ini tidak hanya terbatas pada pendidikan formal, tetapi juga pendidikan informal yang dilakukan di masjid, pesantren, dan komunitas. Dengan memasukkan nilai-nilai agama dalam kurikulum dan kegiatan ekstrakurikuler, dakwah dapat dijalankan secara sistematis dan terstruktur. Selain itu, pendidikan juga dapat difokuskan pada peningkatan kapasitas generasi muda agar mereka dapat menjadi agen perubahan yang positif dalam masyarakat.

Dakwah Melalui Media Sosial

Di era digital ini, media sosial menjadi salah satu saluran komunikasi yang sangat efektif. Mengingat banyaknya masyarakat Makassar yang aktif di platform digital seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok, dakwah melalui media sosial menjadi sangat relevan. Dengan memanfaatkan platform ini, pesan dakwah dapat lebih cepat tersebar dan menjangkau berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang sangat terhubung dengan teknologi. Konten dakwah yang menarik, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat bisa menjadi cara efektif untuk menyampaikan pesan-pesan agama. Misalnya, membuat video ceramah yang pendek dan mudah dicerna, membagikan kutipan-kutipan hadis atau ayat Al-Qur'an dengan tafsir yang mudah dipahami, serta menggunakan infografis atau meme untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang menyenangkan.

Dakwah Berbasis Komunitas

Dakwah berbasis komunitas adalah pendekatan yang sangat relevan di Makassar, di mana masyarakat cenderung terikat pada kelompok sosial dan budaya yang kuat. Pembentukan kelompok dakwah yang berbasis pada komunitas sosial dan kultural setempat dapat mempermudah penyampaian dakwah, karena pesan agama akan lebih mudah diterima oleh masyarakat yang sudah terhubung dalam sebuah komunitas. Komunitas ini bisa berbentuk kelompok pengajian, kelompok ibu-ibu, remaja masjid, atau bahkan komunitas berbasis profesi. Dakwah yang dilakukan dalam konteks komunitas ini sering kali lebih intim dan personal, sehingga memungkinkan penguatan ikatan sosial serta mempermudah proses internalisasi nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.

Dakwah Melalui Aktivitas Sosial dan Kemanusiaan

Strategi dakwah ini memanfaatkan kegiatan sosial sebagai sarana untuk menyebarkan nilai-nilai Islam. Di Makassar, banyak organisasi dan lembaga yang bergerak dalam bidang sosial dan kemanusiaan. Dakwah dapat digabungkan dengan kegiatan sosial seperti pemberian bantuan kepada yang membutuhkan, program pendidikan gratis, atau layanan kesehatan gratis. Dengan mengedepankan aspek kemanusiaan, dakwah tidak hanya bersifat teori atau ceramah, tetapi juga langsung melibatkan masyarakat dalam tindakan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang berorientasi pada kebaikan dan kesejahteraan bersama.

Dakwah melalui Seni dan Budaya

Makassar memiliki kekayaan seni dan budaya yang kental, seperti seni tari, musik, dan tradisi lisan. Dakwah melalui seni dan budaya menjadi pendekatan yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan agama, karena dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat, khususnya mereka yang lebih akrab dengan ekspresi seni. Misalnya, dakwah dapat dilakukan melalui pentas seni, festival budaya, atau konser yang mengangkat nilai-nilai agama. Selain itu, menggunakan seni tradisional seperti seni dakwah dengan sulapa appa (pentas seni tradisional Makassar) atau menggunakan lagu-lagu bernuansa religi juga dapat menjadi media yang tepat untuk menarik perhatian masyarakat.

Dakwah berbasis Family-oriented (Berbasis Keluarga)

Mengangkat tema dakwah yang menekankan pentingnya peran keluarga dalam kehidupan beragama sangat relevan di Makassar, di mana keluarga masih memegang peranan sentral dalam pembentukan karakter anak. Pendekatan ini dapat dilakukan dengan memberikan pendidikan agama secara holistik yang melibatkan semua anggota keluarga. Program-program dakwah yang difokuskan pada keluarga, seperti parenting islami atau keluarga sakinah, dapat membantu memperkuat ikatan religius dalam keluarga dan memberikan pembelajaran praktis bagi anggota keluarga dalam menjalani kehidupan sehari-hari sesuai dengan ajaran agama.

Dakwah dengan Pendekatan Dialog dan Diskusi

Dakwah juga perlu dilakukan melalui dialog terbuka dan diskusi antara berbagai kalangan, termasuk di dalamnya tokoh masyarakat, pemuda, dan bahkan tokoh agama dari berbagai aliran. Pendekatan dialog ini memungkinkan adanya pertukaran pemikiran, memperjelas berbagai perbedaan pendapat, serta memecahkan persoalan-persoalan yang ada di masyarakat. Mengingat Makassar sebagai kota besar dengan keragaman sosial dan budaya, dakwah dengan cara ini dapat mengurangi kesalahpahaman antar kelompok dan memperkuat rasa persatuan dan kesatuan di kalangan masyarakat.

Dakwah Melalui Ekonomi Kerakyatan

Salah satu aspek penting dalam dakwah adalah pemberdayaan ekonomi umat. Di Makassar, dengan adanya banyak potensi dalam sektor ekonomi lokal, dakwah dapat dilakukan melalui pemberdayaan ekonomi berbasis umat. Misalnya, membentuk koperasi berbasis syariah, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berbasis pada nilai-nilai Islam, serta memberikan pelatihan keterampilan yang memungkinkan masyarakat untuk mandiri secara ekonomi. Pendekatan ini sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan kesejahteraan ekonomi umat dan dapat menjadi jalan dakwah yang sangat relevan bagi masyarakat Makassar yang banyak hidup dalam ekonomi kerakyatan.

Dengan memperhatikan kondisi sosial dan budaya masyarakat Makassar, strategi dakwah ini diharapkan tidak hanya dapat menyampaikan pesan agama, tetapi juga mempererat hubungan sosial dalam masyarakat serta menciptakan perubahan sosial yang lebih positif dan bermanfaat bagi kehidupan bersama.

KESIMPULAN

Penyusunan peta dakwah yang efektif di Makassar membutuhkan pendekatan sosiologi yang memahami kondisi sosial masyarakat, termasuk struktur sosial, budaya, dan faktor ekonomi. Pendekatan ini memungkinkan dakwah disampaikan dengan cara yang lebih mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat.

Penyusunan peta dakwah yang efektif di Makassar memerlukan pendekatan yang holistik dan berbasis pada kajian sosiologi untuk memahami kondisi sosial masyarakat secara lebih mendalam. Pendekatan ini mencakup analisis terhadap berbagai aspek, seperti struktur sosial, budaya, dan faktor ekonomi yang ada dalam masyarakat. Setiap daerah dan komunitas memiliki dinamika sosial yang berbeda-beda, sehingga dakwah harus disesuaikan dengan kondisi setempat agar dapat diterima dengan baik oleh berbagai lapisan masyarakat.

Struktur sosial yang ada di Makassar, dengan keberagaman suku, agama, dan budaya, memerlukan strategi dakwah yang peka terhadap perbedaan tersebut. Misalnya, dalam lingkungan yang kental dengan tradisi bugis atau makassar, dakwah perlu mengintegrasikan nilai-nilai lokal yang telah lama ada dengan pesan agama yang hendak disampaikan. Selain itu, faktor ekonomi juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi daya terima masyarakat terhadap dakwah. Masyarakat yang berada dalam kondisi ekonomi yang kurang stabil, misalnya, mungkin lebih tertarik pada pesan dakwah yang menawarkan solusi praktis terkait kesejahteraan dan kehidupan sosial mereka.

Selain itu, budaya masyarakat Makassar yang memiliki nilai-nilai kebersamaan dan gotong royong dapat dijadikan sebagai modal untuk mengembangkan dakwah yang lebih inklusif dan mengakar. Dakwah yang berbasis pada nilai-nilai tersebut cenderung lebih diterima karena dirasakan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, dakwah harus dirancang dengan memperhatikan konteks sosial yang ada, menggunakan metode yang sesuai dengan tradisi dan kebiasaan lokal, serta memberikan perhatian khusus pada kebutuhan sosial-ekonomi masyarakat.

Dengan demikian, penyusunan peta dakwah yang efektif di Makassar tidak hanya sekadar menyampaikan pesan agama, tetapi juga harus mampu menjawab tantangan sosial, budaya, dan ekonomi yang ada. Peta dakwah yang baik akan mampu menciptakan perubahan positif dalam

masyarakat, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang nilai-nilai agama, serta menginspirasi perbaikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Mukti, Dasar-Dasar Dakwah Islam (Jakarta: Rajawali Press, 2016)
D. A. Setiadi, Sosiologi Dakwah: Konsep dan Aplikasinya (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018)
M. F. Hidayat, Strategi Dakwah di Era Digital (Bandung: Mizan, 2020)
Nur Aini, "Peta Dakwah di Indonesia," Jurnal Dakwah Sosial, Vol. 3, No. 2 (2019)
A. Rahman, "Kehidupan Sosial Masyarakat Makassar," Sosiologi Masyarakat Makassar, Vol. 1, No. 1 (2020)
D. Arifin, Sosiologi Agama (Malang: UMM Press, 2017)
N. S. Mansyur, Penyusunan Peta Dakwah di Kawasan Perkotaan (Makassar: Universitas Hasanuddin Press, 2021)
M. Fathoni, "Sosiologi Dakwah di Indonesia," Jurnal Sosiologi dan Agama, Vol. 10, No. 1 (2018)
A. F. Abdul, Islam dan Budaya Lokal (Surabaya: Al-Wasath, 2019)
S. Hasan, Prinsip-Prinsip Dakwah (Jakarta: Al-Maktabah, 2022)
I. R. Suryani, Sosiologi Dakwah di Era Kontemporer (Yogyakarta: LKiS, 2020)
M. Sulaiman, "Pentingnya Pendekatan Sosial dalam Dakwah," Jurnal Dakwah Indonesia, Vol. 4, No. 1 (2019)
S. R. Sulaiman, "Pendekatan Sosiologi dalam Dakwah: Studi Kasus di Makassar," Sosiologi Dakwah, Vol. 2, No. 2 (2021)
F. S. Muthia, Sosiologi untuk Dakwah (Bandung: Pustaka Cendikia, 2018)
A. M. Salim, "Strategi Dakwah di Masyarakat Multikultural," Jurnal Dakwah Sosial (2020)