

Strategi Adaptasi Dakwah Dalam Komunitas Muslim Perkotaan Multikultural

Nandipah Roa'zah¹, Muslimatun Diana Muazaroh², Diana Elfiyatul Afifah³, Sukirno⁴, Moh. Agil Nuruzzaman⁵, Supeno⁶, Munahar⁷, Sudaryono⁸

¹ Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk dan nandipah@updn.ac.id

² Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk dan muslimatundianamuazaroh@updn.ac.id

³ Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk dan dianaelfiyatulafifah@updn.ac.id

⁴ Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk dan sukirno@updn.ac.id

⁵ Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk dan agil@updn.ac.id

⁶ Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk dan supeno@updn.ac.id

⁷ Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk dan munahar@updn.ac.id

⁸ Institut Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk dan nubachsdyn@gmail.com

ABSTRAK

Dinamika masyarakat perkotaan yang multikultural menuntut model dakwah yang lebih adaptif, sistematis, dan responsif terhadap keragaman budaya, agama, dan gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mensintesis strategi adaptasi dakwah yang diterapkan komunitas Muslim perkotaan melalui pendekatan Systematic Literature Review terhadap artikel jurnal terbitan 2018–2022. Analisis tematik dilakukan untuk menggali pola strategi yang dominan dalam pengelolaan dakwah urban. Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah perkotaan ditopang oleh tiga pendekatan utama, yaitu manajemen dakwah yang terstruktur dan berbasis perencanaan strategis, pemanfaatan teknologi digital serta media sosial sebagai ruang komunikasi baru, dan penerapan pendekatan inklusif yang mengintegrasikan kearifan lokal serta kegiatan sosial sebagai sarana membangun empati budaya. Ketiga pendekatan tersebut terbukti saling melengkapi dan perlu diintegrasikan dalam kerangka dakwah yang holistik. Penelitian ini menegaskan bahwa adaptasi dakwah merupakan proses manajerial berkelanjutan yang harus disesuaikan dengan dinamika sosial masyarakat urban agar mampu memberikan dampak yang lebih luas, relevan, dan harmonis dalam konteks multikultural.

Kata Kunci: *Dakwah Perkotaan, Multikultural, Manajemen Dakwah, Media Digital, Inklusivitas*

ABSTRACT

The dynamics of multicultural urban communities demand a more adaptive, systematic, and responsive da'wah model to cultural, religious, and lifestyle diversity. This study aims to identify and synthesize da'wah adaptation strategies implemented by urban Muslim communities through a Systematic Literature Review approach to journal articles published in 2018–2022. Thematic analysis was conducted to explore the dominant strategic patterns in urban da'wah management. The results of the study indicate that the success of urban da'wah is supported by three main approaches: structured da'wah management based on strategic planning, the use of digital technology and social media as new communication spaces, and the application of an inclusive approach that integrates local wisdom and social activities as a means of building cultural empathy. These three approaches have proven to be complementary and need to be integrated within a holistic da'wah framework. This study emphasizes that da'wah adaptation is a continuous managerial process that must be adapted to the social dynamics of urban communities to be able to provide a broader, more relevant, and more harmonious impact in a multicultural context.

Keywords: *Urban Preaching, Multiculturalism, Preaching Management, Digital Media, Inclusivity*

PENDAHULUAN

Masyarakat perkotaan di Indonesia berkembang sebagai ruang sosial yang ditandai oleh tingkat keragaman yang sangat tinggi, baik dari aspek budaya, agama, maupun gaya hidup. Kompleksitas tersebut menghadirkan dinamika baru dalam praktik keagamaan, termasuk kegiatan dakwah yang tidak lagi berlangsung dalam lingkungan homogen, melainkan dalam ruang sosial

yang multikultural dan sering kali sarat perbedaan. Dalam konteks demikian, pendakwah dan komunitas Muslim perkotaan dituntut untuk mampu memahami pluralitas tersebut agar pesan-pesan keagamaan dapat disampaikan secara relevan, bijaksana, dan tidak menimbulkan resistensi. Tantangan utama terletak pada bagaimana dakwah dapat mengakomodasi keberagaman itu tanpa kehilangan substansi ajaran Islam.

Kondisi tersebut menegaskan urgensi perlunya manajemen dakwah yang adaptif, yaitu pendekatan yang terencana, analitis, dan mampu menangkap sensitivitas budaya masyarakat urban. Dakwah tidak lagi cukup dipahami sebagai aktivitas penyampaian pesan secara satu arah, tetapi sebagai proses komunikasi sosial yang menuntut kecermatan dalam membaca kebutuhan dan karakteristik audiens yang plural. Pendekatan yang adaptif memungkinkan dakwah berfungsi lebih luas, tidak hanya sebagai penyampai ajaran, tetapi juga sebagai jembatan sosial yang dapat memperkuat kohesi dan harmoni dalam kehidupan masyarakat perkotaan. Dalam perspektif ini, dakwah berperan strategis sebagai sarana membangun dialog, membentuk ruang perjumpaan, serta memperkuat nilai-nilai kemanusiaan universal.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana komunitas Muslim perkotaan berupaya merespons tantangan tersebut. Studi terhadap Komunitas Jaga Sesama Solo, misalnya, menunjukkan bahwa pendekatan dakwah inklusif yang dilakukan melalui observasi sosial dan interaksi langsung memberikan hasil yang signifikan dalam memperkuat penerimaan masyarakat (Zulhazmi & Priyanti, 2020). Sementara itu, penelitian tentang Forum Komunikasi Masjid Muhammadiyah Sidoarjo (FKMMS) menegaskan pentingnya penggunaan analisis SWOT sebagai salah satu perangkat manajemen strategis dalam merumuskan program dakwah yang lebih tepat sasaran (Istikomah et al., 2020). Komunitas Humaira Surakarta menawarkan model berbeda melalui integrasi kegiatan bantuan sosial sebagai bagian dari strategi dakwah yang lebih humanis dan menarik bagi masyarakat urban (Hanum & Zulhazmi, 2022). Di sisi lain, Komunitas Keren Samarinda menunjukkan bagaimana media digital dimanfaatkan secara optimal untuk menjangkau generasi muda melalui konten visual dan metode komunikasi yang kreatif.

Meskipun berbagai temuan tersebut memberikan kontribusi penting bagi pengembangan studi dakwah perkotaan, kajian yang ada umumnya bersifat terfragmentasi. Sebagian besar penelitian masih berfokus pada satu komunitas, satu pendekatan, atau satu aspek tertentu seperti media digital atau manajemen internal. Hingga kini belum terdapat upaya sistematis untuk mensintesis berbagai temuan tersebut ke dalam sebuah kerangka strategis yang komprehensif tentang bagaimana dakwah adaptif seharusnya dikelola dalam konteks multikultural. Ketiadaan sintesis ini menghadirkan celah penelitian yang signifikan, mengingat kebutuhan akan model dakwah yang efektif, inklusif, dan terukur semakin mendesak dalam realitas sosial perkotaan yang terus berubah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berangkat dari rumusan masalah: "Bagaimana strategi adaptasi dakwah dikelola dan diimplementasikan oleh komunitas Muslim perkotaan dalam menghadapi lingkungan multikultural?" Rumusan ini membuka jalan bagi analisis yang lebih mendalam mengenai bentuk-bentuk strategi yang diadopsi, prinsip manajerial yang melandasinya, serta pola umum yang dapat dipahami sebagai kerangka strategis. Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi strategi adaptasi dakwah yang diterapkan oleh berbagai komunitas Muslim perkotaan; (2) menganalisis pendekatan manajemen yang mendukung

efektivitas strategi tersebut; dan (3) mensintesis temuan-temuan tersebut ke dalam suatu kerangka konseptual yang dapat digunakan sebagai acuan dalam pengembangan dakwah multikultural yang lebih adaptif, relevan, dan harmonis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain *Systematic Literature Review* (SLR) dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai strategi adaptasi dakwah dalam komunitas Muslim perkotaan dengan cara mengintegrasikan temuan-temuan dari berbagai studi sebelumnya. SLR memungkinkan peneliti menyusun sintesis pengetahuan secara terstruktur, sehingga pola umum dan kecenderungan strategis dapat diidentifikasi secara lebih objektif dibandingkan hanya mengandalkan satu atau dua studi kasus.

Sumber data dalam penelitian ini berupa artikel-artikel jurnal ilmiah yang diterbitkan dalam rentang waktu 2018 hingga 2022. Rentang ini dipilih untuk memastikan bahwa temuan yang dianalisis mencerminkan perkembangan kontemporer dakwah perkotaan, terutama pada era digital dan meningkatnya dinamika multikultural di masyarakat urban Indonesia. Artikel yang diikutsertakan mencakup tema-tema seperti dakwah perkotaan, dakwah multikultural, strategi manajemen dakwah, serta dakwah digital empat domain utama yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian.

Untuk menjaga relevansi dan kualitas data, penelitian ini menerapkan beberapa kriteria inklusi. Artikel harus berfokus pada konteks Indonesia dan membahas strategi, model, atau praktik dakwah yang ditemukan melalui penelitian empiris maupun kajian konseptual yang relevan. Selain itu, hanya artikel yang tersedia secara full-text dan diterbitkan dalam jurnal ilmiah yang disertakan, guna memastikan bahwa analisis dilakukan berdasarkan data dan argumen yang lengkap serta dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Proses seleksi data dilakukan melalui tahapan yang sistematis. Tahap pertama adalah pencarian literatur menggunakan kata kunci seperti “dakwah perkotaan”, “dakwah multikultural”, “strategi dakwah”, dan “dakwah digital” pada berbagai database nasional seperti Google Scholar, Sinta, dan Portal Garuda. Dari hasil pencarian tersebut dilakukan seleksi awal berdasarkan judul dan abstrak untuk menilai kesesuaian topik. Artikel yang dianggap relevan kemudian diseleksi lebih lanjut menggunakan kriteria inklusi, sehingga pada tahap akhir terpilih sepuluh artikel yang layak dianalisis secara mendalam.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik (*thematic analysis*). Proses ini dimulai dengan tahap familiarisasi, yaitu membaca seluruh artikel secara cermat untuk memahami konteks, temuan, dan pendekatan masing-masing penelitian. Selanjutnya dilakukan proses coding, yaitu mengidentifikasi konsep, strategi, dan pola penting yang muncul dalam literatur. Kode-kode ini kemudian dikelompokkan ke dalam tema-tema utama yang memiliki keterkaitan logis dan konseptual. Hasil akhirnya berupa tiga tema sentral strategi adaptasi dakwah yang kemudian menjadi dasar pembahasan dalam penelitian ini.

Meskipun metode SLR memberikan keuntungan berupa cakupan analisis yang luas dan komprehensif, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, semua data yang digunakan bersifat sekunder sehingga analisis bergantung pada akurasi dan kedalaman temuan penulis asli. Kedua, rentang waktu penelitian dibatasi hingga tahun 2022, sehingga perkembangan dakwah terbaru di luar rentang tersebut tidak tercakup. Ketiga, penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan

data lapangan secara langsung, sehingga tidak dapat menangkap dinamika empiris yang mungkin terjadi secara kontekstual di komunitas dakwah tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pendekatan Manajemen Terstruktur dan Analitis

Salah satu temuan utama dalam kajian ini menunjukkan bahwa efektivitas dakwah di lingkungan perkotaan yang multikultural sangat bergantung pada penerapan pendekatan manajemen yang terstruktur dan analitis. Berbeda dengan model dakwah tradisional yang sering mengandalkan spontanitas atau inisiatif individual, komunitas Muslim perkotaan justru menampilkan kecenderungan kuat untuk menggunakan metode perencanaan yang sistematis sebelum merancang program dakwah.

Beberapa komunitas mengawali proses dakwah mereka dengan melakukan observasi mendalam terhadap kondisi sosial masyarakat di sekitarnya. Observasi ini meliputi pemetaan kebutuhan spiritual, kecenderungan budaya, hingga potensi sensitivitas antar kelompok. Tahapan ini penting karena masyarakat perkotaan tidak hanya beragam, tetapi juga dinamis; perubahan sosial dapat terjadi dengan cepat, sehingga pemahaman awal yang akurat menjadi fondasi seluruh perencanaan. Selain observasi, wawancara dengan tokoh masyarakat, pengurus masjid, atau anggota komunitas menjadi bagian dari proses pengumpulan data untuk memastikan bahwa strategi dakwah yang dirancang benar-benar relevan dengan realitas sosial.

Pendekatan analitis semakin tampak melalui penggunaan alat manajemen modern seperti analisis SWOT. Alat ini memungkinkan komunitas untuk secara sistematis mengidentifikasi kekuatan internal yang dapat dioptimalkan, kelemahan yang harus diperbaiki, peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman yang berpotensi menghambat program dakwah. Misalnya, solidaritas jamaah dapat menjadi kekuatan, sementara minimnya sumber daya manusia terlatih dapat menjadi kelemahan. Peluang seperti dukungan pemerintah daerah terhadap kegiatan keagamaan dapat dimaksimalkan, sementara ancaman berupa potensi gesekan antar kelompok sosial dapat diantisipasi sejak awal. Dengan analisis semacam ini, komunitas tidak lagi hanya menjalankan dakwah berdasarkan intuisi, tetapi melalui pertimbangan strategis yang objektif.

Penggunaan observasi, wawancara, dan analisis SWOT membantu komunitas merumuskan perencanaan dakwah yang matang. Perencanaan strategis ini mencakup penentuan tujuan, sasaran audiens, bentuk kegiatan, media yang digunakan, serta indikator keberhasilan. Dengan demikian, dakwah tidak hanya “berjalan”, tetapi memiliki arah yang jelas dan dapat dievaluasi. Perencanaan yang dibuat berdasarkan data lapangan dan analisis mendalam terbukti meningkatkan efektivitas dakwah, karena strategi yang dipilih benar-benar disesuaikan dengan konteks lingkungan dan kebutuhan masyarakat urban yang heterogen.

Secara keseluruhan, pendekatan manajemen terstruktur dan analitis memberikan landasan yang kuat bagi komunitas dakwah perkotaan untuk beradaptasi secara lebih cerdas dan terukur. Hal ini menegaskan bahwa dakwah yang sukses di lingkungan multikultural bukan hanya soal ketulusan dan kemampuan retorika, tetapi juga kompetensi dalam membaca situasi, memetakan kebutuhan, dan merancang program yang berbasis data.

B. Pemanfaatan Teknologi Digital dan Media Sosial

Transformasi digital yang berlangsung pesat dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam praktik dakwah di wilayah perkotaan. Komunitas Muslim urban menyadari bahwa ruang komunikasi masyarakat tidak lagi terpusat pada forum tatap muka, tetapi telah bergeser ke platform digital yang bersifat cair, cepat, dan lintas batas. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya disampaikan melalui mimbar atau kajian tradisional, tetapi dikemas dalam bentuk konten visual yang menarik, kreatif, dan mudah diakses melalui berbagai media sosial.

Penggunaan platform seperti Instagram, YouTube, Facebook, hingga TikTok memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang jauh lebih luas dibandingkan pendekatan konvensional. Konten yang disajikan pun tidak lagi terbatas pada ceramah panjang, melainkan diolah menjadi potongan video pendek, infografis, ilustrasi visual, dan narasi ringan yang mampu menarik perhatian dalam waktu singkat. Bentuk komunikasi seperti ini sangat sesuai dengan karakter generasi muda yang terbiasa mengonsumsi informasi secara cepat, interaktif, dan estetis. Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya memodifikasi medium penyampaian, tetapi juga membawa perubahan gaya komunikasi yang lebih adaptif terhadap kebiasaan audiens.

Selain itu, media sosial memberikan ruang bagi pendekatan kreatif yang menjadikan dakwah terasa lebih relevan. Konten-konten yang diangkat sering kali berhubungan dengan isu yang sedang hangat di masyarakat, seperti kesehatan mental, gaya hidup, etika pergaulan, hingga refleksi spiritual harian. Penyampaian yang kontekstual ini membuat dakwah terasa dekat dan membumi, terutama bagi generasi urban yang menghadapi tekanan hidup dan perubahan sosial yang cepat. Kreativitas dalam desain visual, penggunaan musik latar, dan pendekatan storytelling juga menambah daya tarik sehingga pesan dakwah dapat diterima tanpa terkesan menggurui.

Pemanfaatan media digital tidak hanya memperluas jangkauan dakwah secara geografis, tetapi juga memperluas segmen audiens. Dengan satu unggahan di media sosial, pesan dakwah dapat diakses tidak hanya oleh jamaah lokal, tetapi juga oleh pengguna internet dari berbagai daerah bahkan lintas negara. Hal ini menciptakan peluang dakwah yang lebih besar sekaligus memberikan tantangan baru bagi para pengelola dakwah untuk menjaga kualitas dan integritas materi yang disampaikan.

Namun demikian, efektivitas dakwah digital sangat dipengaruhi oleh literasi media para pendakwah dan pengelolanya. Penguasaan teknologi, pemahaman algoritma media sosial, serta kemampuan mengelola interaksi daring menjadi keterampilan penting agar pesan dakwah tidak tenggelam dalam arus konten yang serba cepat dan kompetitif. Karena itu, pemanfaatan teknologi digital bukan hanya soal hadir di media sosial, tetapi juga tentang strategi komunikasi yang tepat, konsistensi penyampaian, dan kemampuan merespons dinamika percakapan publik.

Secara keseluruhan, dakwah berbasis media digital dan konten kreatif telah membuka jalan baru bagi komunitas Muslim perkotaan untuk menyampaikan nilai-nilai Islam kepada audiens yang lebih beragam dan luas. Pendekatan ini membuktikan bahwa dakwah dapat tetap relevan di era digital selama dilakukan dengan strategi yang adaptif, inklusif, dan responsif terhadap perkembangan zaman.

C. Pendekatan Inklusif dan Berbasis Kearifan Lokal

Selain mengandalkan manajemen yang terstruktur dan pemanfaatan teknologi digital, dakwah di lingkungan perkotaan yang multikultural juga menuntut pendekatan yang inklusif serta

berakar pada kearifan lokal. Dalam konteks ini, dakwah tidak lagi dipahami sebagai sekadar penyampaian materi keagamaan, tetapi berubah menjadi sebuah proses interaksi sosial yang menempatkan empati, keterbukaan, dan pemahaman budaya sebagai pilar utama. Pendekatan inklusif ini memungkinkan dakwah lebih diterima oleh masyarakat yang majemuk dan sensitif terhadap isu perbedaan.

Salah satu wujud konkret dari pendekatan inklusif adalah integrasi kegiatan sosial dalam program dakwah. Banyak komunitas Muslim perkotaan menggabungkan aktivitas seperti bantuan sembako, layanan kesehatan, penggalangan dana kemanusiaan, atau pendampingan keluarga sebagai bagian dari strategi dakwah mereka. Pendekatan yang mengedepankan pelayanan ini menjadikan dakwah hadir dalam bentuk tindakan nyata yang menyentuh kebutuhan masyarakat, bukan hanya wacana normatif. Ketika dakwah diposisikan sebagai sarana memberi manfaat langsung, ia lebih mudah diterima oleh lapisan masyarakat yang beragam, termasuk kelompok yang tidak selalu aktif dalam kegiatan keagamaan.

Selain itu, adaptasi budaya menjadi elemen penting dalam membangun dakwah yang harmonis di tengah masyarakat multikultural. Pendekatan ini mengharuskan pendakwah memahami norma, nilai, serta bahasa simbolik masyarakat setempat agar pesan yang disampaikan tidak bertentangan dengan sensitivitas budaya. Misalnya, penggunaan bahasa lokal, penghargaan terhadap tradisi daerah, serta penyusunan materi dakwah yang mengakomodasi nilai-nilai universal menjadi strategi yang efektif untuk menjembatani perbedaan. Bahkan dalam komunitas minoritas atau masyarakat perantauan, integrasi nilai Islam dengan kearifan lokal terbukti memperkuat penerimaan sosial dan memperkecil potensi gesekan.

Di dalam ruang multikultural, dakwah juga menjadi wadah dialog. Pendekatan dialogis ini memandang dakwah bukan sebagai monolog yang mengharuskan audiens menerima tanpa bertanya, melainkan sebagai proses saling memahami dan mendengarkan. Ketika dakwah dilakukan dengan cara membuka ruang diskusi, menerima perbedaan pendapat, dan menghindari narasi yang eksklusif, hubungan antar kelompok dapat terbangun lebih akrab. Pendakwah yang mengedepankan empati budaya mampu merangkul audiens dengan lebih luas, karena mereka tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga menunjukkan penghargaan terhadap keberagaman identitas.

Melalui pendekatan inklusif ini, dakwah berfungsi sebagai jembatan sosial yang mempersatukan, bukan sekadar sebagai aktivitas keagamaan yang berfokus pada internal umat Islam. Integrasi kearifan lokal, komunikasi multikultural, dan semangat dialog menjadikan dakwah relevan di tengah masyarakat perkotaan yang plural. Pendekatan ini membuktikan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh kedalaman materi agama, tetapi juga kemampuan memahami manusia, menghargai perbedaan, dan membangun relasi yang penuh empati.

D. Diskusi Keilmuan

Perkembangan dakwah di masyarakat perkotaan yang semakin multikultural menunjukkan bahwa pendekatan tradisional yang bersifat spontan sudah tidak lagi memadai. Dakwah yang efektif membutuhkan perencanaan yang sistematis, terencana, dan dilandasi analisis manajerial yang matang. Pendekatan ini yang menekankan bahwa manajemen dakwah modern harus mengintegrasikan proses perencanaan, pengorganisasian, hingga evaluasi secara terukur agar

kegiatan dakwah benar-benar sesuai dengan kebutuhan audiens urban. Temuan serupa juga terlihat dalam penelitian Zulhazmi & Priyanti (2020) serta Istikomah et al. (2020), di mana komunitas dakwah yang menerapkan observasi, wawancara, dan analisis SWOT mampu menghasilkan program yang lebih relevan dan efektif. Dengan demikian, perencanaan yang sistematis menjadi fondasi utama bagi keberhasilan dakwah perkotaan, menggantikan pola ceramah spontan tanpa riset konteks.

Di sisi lain, transformasi digital telah membuka ruang strategis baru bagi dakwah. Media sosial mengubah pola komunikasi secara fundamental, di mana pesan-pesan dakwah kini dikonsumsi dalam bentuk visual, cepat, dan interaktif. Komunitas seperti Keren Samarinda menunjukkan bagaimana media digital dapat menjadi sarana utama dalam menjangkau generasi muda dengan pendekatan konten kreatif. Namun, perubahan ini juga menghadirkan tantangan baru berupa rendahnya literasi digital sebagian pendakwah, khususnya terkait kemampuan memahami algoritma, pengelolaan konten, dan etika komunikasi digital. Medium digital dapat menjadi ruang yang rawan distorsi nilai jika tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, pendakwah perlu meningkatkan kompetensi digital agar mampu memanfaatkan media sosial secara optimal tanpa mengorbankan akurasi dan integritas pesan keagamaan.

Dalam konteks multikultural, dakwah yang berhasil tidak hanya mengandalkan struktur manajemen dan teknologi, tetapi juga sangat bergantung pada pendekatan inklusif yang menempatkan empati budaya sebagai prinsip utama. Pendekatan ini terlihat jelas pada komunitas Humaira Surakarta yang memprioritaskan pelayanan sosial bagi masyarakat urban sebagai bagian integral dari dakwah mereka (Hanum & Zulhazmi, 2022). Integrasi kearifan lokal dan sensitivitas budaya, sebagaimana digambarkan Hadirman & Musafar (2020), terbukti memperkuat penerimaan dakwah, terutama di masyarakat yang memiliki tradisi sosial yang beragam. Dakwah yang inklusif menjadikan aktivitas keagamaan tidak hanya sebagai ruang penyampaian ajaran, tetapi juga sebagai arena dialog antarbudaya yang memperkuat kohesi sosial. Dalam kerangka ini, kolaborasi lintas agama dan lintas komunitas menjadi penting untuk menciptakan harmoni dan menghindari potensi konflik horizontal.

Jika dilihat secara keseluruhan, ketiga pendekatan manajemen terstruktur, pemanfaatan teknologi digital, dan inklusivitas budaya tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk suatu kerangka konseptual yang integratif. Kerangka ini menjadi kontribusi teoretis penting dalam pengembangan studi dakwah kontemporer. Integrasi tersebut menegaskan bahwa dakwah perkotaan harus bersifat adaptif, kontekstual, dan responsif terhadap perubahan sosial. Tidak hanya mengikuti perkembangan zaman, tetapi juga memastikan bahwa nilai-nilai Islam dapat mengalir bersama dinamika masyarakat modern tanpa kehilangan substansi dan pesan moralnya.

Dengan demikian, dakwah yang relevan pada era multikultural dan digital adalah dakwah yang mampu menyatukan perencanaan strategis, kecakapan teknologi, dan empati budaya sebagai satu kesatuan. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat efektivitas dakwah, tetapi juga menjadikannya sebagai instrumen penting dalam membangun harmoni sosial di tengah pluralitas masyarakat perkotaan.

Berdasarkan analisis tematik terhadap sepuluh artikel jurnal yang ditinjau, ditemukan bahwa strategi adaptasi dakwah di lingkungan multikultural perkotaan dapat dikelompokkan ke dalam tiga tema strategis utama. Ketiga tema ini saling berkaitan dan sering kali diimplementasikan secara bersamaan oleh komunitas-komunitas yang diteliti.

KESIMPULAN

Dari hasil kajian literatur yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dakwah di lingkungan perkotaan yang multikultural menuntut strategi yang lebih terencana, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Kompleksitas masyarakat urban yang ditandai oleh keberagaman budaya, agama, dan gaya hidup membuat pendekatan spontan atau tradisional tidak lagi memadai. Oleh karena itu, dakwah perkotaan perlu didasarkan pada strategi yang terstruktur melalui proses perencanaan yang sistematis dan berbasis analisis yang matang. Perencanaan ini mencakup pemetaan audiens, penentuan kebutuhan dakwah, serta penyusunan program yang relevan dengan dinamika sosial yang terus berubah.

Selain itu, pemanfaatan teknologi digital menjadi elemen yang tidak dapat dipisahkan dari dakwah kontemporer. Media sosial, platform video, dan konten visual memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang hidup dalam ekosistem digital. Kehadiran dakwah di ruang digital bukan lagi pilihan, tetapi keharusan agar pesan keagamaan tetap relevan dan mudah diakses. Namun demikian, digitalisasi ini harus dikelola dengan baik melalui literasi media dan pemahaman etika komunikasi agar nilai-nilai Islam tetap tersampaikan secara utuh.

Pendekatan inklusif dan berbasis kearifan lokal juga menjadi pilar penting dalam membangun dakwah yang harmonis. Inklusivitas memungkinkan dakwah diterima secara lebih luas oleh masyarakat yang majemuk, sementara kearifan lokal membantu pesan keagamaan hadir dengan cara yang lebih membumi dan sensitif terhadap budaya setempat. Integrasi kegiatan sosial, komunikasi multikultural, serta penghormatan terhadap perbedaan menjadi strategi yang efektif untuk menciptakan kedekatan dan memperkuat kohesi sosial.

Ketiga komponen manajemen terstruktur, pemanfaatan teknologi digital, dan pendekatan inklusif berbasis kearifan lokal saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan. Ketiganya harus diintegrasikan agar dakwah perkotaan dapat berjalan secara efektif, relevan, dan responsif terhadap dinamika zaman. Adaptasi dakwah dalam konteks ini merupakan proses manajerial yang berkelanjutan, yang memerlukan evaluasi rutin dan kemampuan untuk membaca perubahan sosial secara tepat. Dengan kerangka yang holistik dan kontekstual tersebut, dakwah perkotaan dapat berkontribusi lebih besar dalam membangun harmoni, toleransi, dan keberlanjutan kehidupan masyarakat multikultural.

REFERENSI

- Hanum, S. and Zulhazmi, A. (2022). Strategi dakwah muslimah di perkotaan: studi pada komunitas humaira surakarta. *Academic Journal of Da Wa and Communication*, 3(1), 109-128. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v3i1.5286>
- Istikomah, I., Romadlon, D., & Hariyanto, B. (2020). Strategi dakwah muhammadiyah melalui fkmms (forum komunikasi masjid muhammadiyah sidoarjo). *Komunika Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 14(1), 111-124. <https://doi.org/10.24090/komunika.v14i1.3341>

- Marfu'ah, U. (2018). Strategi komunikasi dakwah berbasis multikultural. *Islamic Communication Journal*, 2(2), 147. <https://doi.org/10.21580/icj.2017.2.2.2166>
- Musafar & Hadirman (2020). Fungsi Adaptasi Sosio-Kultural Komunitas Muna Perantauan dalam Masyarakat Multikultural di Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSai)*, 1(2), 148-160. <https://doi.org/10.22373/jsai.v1i2.559>
- Zulhazmi, A. and Priyanti, E. (2020). Eksistensi komunitas hijrah dan dakwah masa kini: studi komunitas jaga sesama solo. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(2), 168. <https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.6249>