



Penggunaan Kisah dan Analogi dalam Dakwah Multikultural

Dhean Aliansyah, Tb. Nurwahyu

^{1,2}UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Email : dheanaliansyah78@gmail.com¹, tb.nurwahyu@uinbanten.ac.id²

Article Info

Article history:

Received August 09, 2025

Revised August 22, 2025

Accepted August 27, 2025

Keywords:

Dakwah, Multiculturalism, Storytelling, Analogies, Persuasive Communication

ABSTRACT

Penelitian ini membahas penggunaan kisah (*storytelling*) dan analogi dalam dakwah multikultural. Dakwah dalam masyarakat yang heterogen menuntut pendekatan yang inklusif dan persuasif agar pesan Islam dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan. Melalui metode studi kepustakaan, penelitian ini menelaah literatur yang relevan terkait konsep dakwah, multikulturalisme, serta strategi komunikasi Nabi Muhammad SAW dalam menyampaikan ajaran Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa *storytelling* memiliki daya tarik emosional yang kuat sehingga efektif dalam menyentuh berbagai lapisan masyarakat, sedangkan analogi berfungsi menjembatani konsep-konsep abstrak agar lebih mudah dipahami dalam konteks kehidupan sehari-hari. Selain itu, dakwah persuasif yang memperhatikan latar belakang psikologis, sosial, dan budaya audiens sangat penting untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Dengan demikian, penggunaan kisah dan analogi dapat menjadi strategi dakwah yang relevan, adaptif, dan mampu memperkuat pesan Islam di tengah masyarakat multikultural.

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



Article Info

Article history:

Received August 08, 2025

Revised August 22, 2025

Accepted August 27, 2025

Kata Kunci :

Dakwah, Multikultural, Storytelling, Analogi, Komunikasi Persuasif

ABSTRAK

Penelitian ini membahas penggunaan kisah (*storytelling*) dan analogi dalam dakwah multikultural. Dakwah dalam masyarakat yang heterogen menuntut pendekatan yang inklusif dan persuasif agar pesan Islam dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan. Melalui metode studi kepustakaan, penelitian ini menelaah literatur yang relevan terkait konsep dakwah, multikulturalisme, serta strategi komunikasi Nabi Muhammad SAW dalam menyampaikan ajaran Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa *storytelling* memiliki daya tarik emosional yang kuat sehingga efektif dalam menyentuh berbagai lapisan masyarakat, sedangkan analogi berfungsi menjembatani konsep-konsep abstrak agar lebih mudah dipahami dalam konteks kehidupan sehari-hari. Selain itu, dakwah persuasif yang memperhatikan latar belakang psikologis, sosial, dan budaya audiens sangat penting untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Dengan demikian, penggunaan kisah dan analogi dapat menjadi strategi dakwah yang relevan, adaptif, dan mampu memperkuat pesan Islam di tengah masyarakat multikultural.

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



Corresponding Author:

Dhean Aliansyah

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten



PENDAHULUAN

Kebudayaan sering diartikan pada makna artistik dan sesuatu yang berkaitan dengan tradisi masa lampau. Perilaku manusia yang berada di luar lingkup kesenian serta tradisi masa lalu sering kali tidak dianggap sebagai bagian dari kebudayaan. Jika dilihat lebih dalam tentang makna dan ruang lingkup kebudayaan, sebenarnya pemahaman kebudayaan yang hanya dipahami dalam bingkai kesenian dan tradisi masa lalu adalah pemahaman yang kurang tepat. Kluckhohn mengategorikan kebudayaan menjadi tiga yaitu; kebudayaan dalam wujud aktivitas (*Cultural Activities*), kebudayaan dalam wujud benda (*Cultural Artifacts*), kebudayaan dalam wujud ide (*Cultural Ideas*).

Islam bukanlah agama budaya. Islam adalah agama yang datang dari Allah SWT yang ia turunkan melalui rasul-Nya Muhammad SAW. karena kecerdasan Nabi Muhammad SAW Islam dapat tersebar ke berbagai penjuru dalam waktu yang cukup singkat. Keberhasilan tersebut tidak lepas dari kepiawaian Nabi dalam menerapkan langkah-langkah dakwahnya ke berbagai komunitas untuk memperkenalkan nilai-nilai Islam kepada mereka. Efektifitas tersebut merupakan buah dari akhlak mulianya Nabi saat berinteraksi. Inti dari ajaran islam adalah mengajak manusia untuk beriman kepada Allah dan mengaktualisasikan iman tersebut dalam perilaku ibadah. Agar manusia dapat beriman dan beribadah dengan sempurna, Allah memberikan Al-Qur'an dan Al-Sunnah sebagai referensi utama untuk memahami Islam. Walaupun Islam bukanlah agama budaya, namun dalam banyak hal, proses memahami Islam dan mengaktualisasikannya dalam kehidupan sehari-hari sangat dipengaruhi oleh budaya lokal. Karena itu para intelektual yang mengkaji Islam membedakan Islam kepada tiga pendekatan; Islam *normative*, Islam *interpretative* dan Islam *practice*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Studi kepustakaan dipilih karena fokus kajian terletak pada analisis konsep, teori, dan literatur terkait dakwah multikultural, khususnya penggunaan kisah (storytelling) dan analogi sebagai strategi komunikasi dakwah.

1. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri atas:

Sumber primer, yaitu literatur utama yang membahas konsep dakwah multikultural, metode dakwah Rasulullah SAW, serta teori komunikasi persuasif. Sumber sekunder, berupa buku, artikel jurnal, dan karya ilmiah lain yang relevan dengan tema, seperti karya Quraish Shihab, Mujiburrahman, Zainol Huda, serta teori komunikasi dari Hovland, Janis, dan Kelley.

2. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui telaah dokumen (documentary research), yaitu dengan membaca, menelaah, dan mencatat gagasan pokok dari berbagai literatur yang relevan.

3. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Analisis ini dilakukan dengan cara:



- Mengklasifikasi literatur berdasarkan tema dakwah, multikulturalisme, storytelling, dan analogi.
- Mendeskripsikan isi literatur untuk menemukan pola dan hubungan antargagasan.
- Menyajikan sintesis temuan dalam bentuk uraian konseptual yang sistematis sehingga menghasilkan gambaran utuh mengenai metode kisah dan analogi dalam dakwah multikultural.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara etimologis kata “dakwah” berarti seruan, panggilan, ajakan, dan sebagainya. Secara harfiah, dakwah bermakna ajakan atau seruan yang mengisyaratkan adanya pengajak atau penyeru, yang diajak atau yang diseru, dan adanya tujuan. Penyeru selaku subjek disebut “*Da’i*” dan pihak yang diseru atau sasaran disebut “*Mad’u*”. Tokoh yang cukup terkenal asal Indonesia M. Quraish Shihab mendefinisikan dakwah sebagai aktualisasi sikap iman yang dimanifestasikan dalam sistem kegiatan manusia beriman dalam kehidupan kemasyarakatan, yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia pada tataran mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu.

Pada dasarnya dakwah adalah suatu rangkaian kegiatan atau proses dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Dakwah merupakan ilmu pengetahuan yang mempunyai metode sistematis, saran, dan materi, sehingga orang yang bergerak dalam menyebarkan suatu ide, harus mengetahui betul-betul tentang cara atau metode dalam menyampaikan ide atau gagasannya.

Multikultural terdiri dari dua kata “multi” dan “kultural”. “multi” yang berarti banyak, dan “kultural” yang berarti kebudayaan. Maka, multikultural adalah budaya, kebiasaan, dan pola pikir. Keragaman dalam kehidupan masyarakat sering disebut dengan istilah yang berbeda. Setidaknya ada tiga istilah untuk mengungkap masyarakat yang terdiri dari kultur, ras budaya, dan agama yang berbeda, yaitu plural (*Plurality*), keragaman (*Diversity*), dan multikultural (*Multicultural*). Kondisi masyarakat di Indonesia yang sangat beragam tentu banyak melahirkan sebuah doktrin normatif yang dikenal dengan istilah multikulturalisme. Multikulturalisme merupakan kearifan untuk melihat keragaman budaya sebagai realitas fundamental dalam kehidupan bermasyarakat. Kearifan itu muncul ketika seseorang membuka diri untuk menjalani kehidupan bersama dengan melihat realitas plural baik dalam kehidupan diri sendiri yang multidimensional dan maupun dalam kehidupan masyarakat yang sangat kompleks.

Islam sebagai agama global yang diturunkan untuk seluruh umat manusia meniscayakan adanya model dakwah multikultural, sebab dakwah multikultural berkaitan dengan bagaimana pesan Islam disampaikan dalam kondisi masyarakat yang heterogen. Dakwah multikultural adalah dakwah yang berfokus pada penyampaian pesan-pesan Islam dalam konteks keragaman masyarakat dengan cara mencari titik temu tentang berbagai hal yang mungkin disepakati dan memaklumi bagian-bagian lain yang tidak mudah untuk disepakati.



Dakwah *Storytelling* dan Analogi

Nabi Muhammad SAW memperkenalkan Islam di tengah-tengah masyarakat Arab yang beragam khususnya dalam bidang agama dan kepercayaan. Dakwah dalam masyarakat multikultural memerlukan pendekatan yang lebih fleksibel dan inklusif. Salah satu metode pernah digunakan Nabi dalam menghadapi kaum musyrik adalah penggunaan metode kisah (*Storytelling*). “Kisah” memiliki daya tarik emosional yang kuat dan lebih mudah diterima oleh berbagai kelompok masyarakat dengan latar belakang budaya yang berbeda. Adapun juga untuk memperkuat argumen dalam menggunakan metode kisah penggunaan analogi juga bisa menjadi sarana yang efektif untuk membantu menjelaskan konsep-konsep keagamaan dengan cara yang lebih sederhana dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Analogi adalah perbandingan antara dua konsep untuk memperjelas suatu gagasan. Dalam konteks dakwah multikultural, analogi bisa digunakan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih ringan dan tidak menghakimi, atau juga bisa membantu audiens memahami konsep Islam dalam konteks yang lebih familiar.

Salah satu tantangan utama dalam menyampaikan ajaran agama adalah kompleksitas konsep abstrak yang sering kali sulit dijangkau oleh pemikiran manusia. Konsep-konsep seperti keberadaan tuhan, akhirat, karma, dan ilahi sering kali tidak dapat dilihat atau dirasakan secara langsung, membuatnya sulit untuk dipahami. Dalam situasi ini, analogi muncul sebagai alat yang kuat untuk menjembatani kesenjangan antara konsep abstrak dalam agama dan pengalaman nyata. Analogi memungkinkan pendakwah atau da'i untuk menghubungkan konsep yang lebih sulit dijangkau oleh akal pikiran dengan hal-hal yang lebih dikenal dalam realitas sehari-hari. Dengan cara ini konsep keagamaan yang kompleks dapat diilustrasikan dan dijelaskan secara lebih kongkrit sehingga audiens dapat lebih memahami tentang apa yang disampaikan. Penggunaan analogi juga bukan hanya sekedar sebuah kiasan atau gaya bahasa semata, melainkan suatu strategi komunikasi yang kuat untuk menginspirasi, menggugah, dan mempengaruhi audiens.

Komunikasi dakwah adalah sebuah proses penyampaian informasi untuk mempengaruhi komunikan atau mad'u agar mampu mengimani, mengilmui, menyebarkan dan mengamalkan kebenaran dari ajaran Islam. Salah satu caranya dengan menggunakan komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif bisa didefinisikan sebagai kegiatan komunikasi yang mempunyai tujuan utamanya adalah untuk mengubah keyakinan, perilaku dan sikap individu atau kelompok melalui pesan yang disampaikan. Ketika melaksanakan komunikasi dakwah persuasif seorang komunikator (*da'i*) harus menggunakan informasi tentang situasi psikologis, sosiologis serta latar belakang kebudayaan komunikan (*mad'u*) agar lebih mudah mempengaruhinya. Hal-hal yang harus diperhatikan agar komunikasi dakwah menjadi persuasif diantaranya adalah; *Da'i*, *Maddah*, *Wasilah*, dan *Mad'u*. Menurut *Reinforcement Theory* yang dikembangkan oleh Hovlan, Janis dan Kelly pada tahun 1976. Teori ini menjelaskan bahwa faktor penguatan (*reinforcement*) bisa mengubah pandangan dan sikap seseorang dan bentuk penguatan tersebut seperti perhatian (*attention*), pemahaman (*comprehension*), dan sebuah dukungan atau penerimaan (*acceptance*).

KESIMPULAN DAN SARAN



Dakwah merupakan proses ajakan untuk menyebarkan ajaran Islam dengan pendekatan yang sistematis dan terstruktur. Dalam masyarakat yang multikultural, dakwah juga harus dilakukan dengan pendekatan yang inklusif dan fleksibel, mengingat keberagaman budaya, agama, dan kebiasaan. Dakwah multikultural menekankan pentingnya mencari titik temu antar kelompok dan saling memaklumi perbedaan. Metode yang digunakan dalam dakwah harus mampu diterima oleh berbagai kalangan, seperti penggunaan *storytelling* dan analogi untuk menjelaskan konsep-konsep agama yang kompleks. Selain itu, komunikasi dakwah persuasif yang memperhatikan latar belakang psikologis, sosiologis, dan kebudayaan audiens, menjadi sangat penting dalam mengubah keyakinan dan sikap mereka. Teori penguatan (*Reinforcement Theory*) menunjukkan bahwa perhatian, pemahaman, dan penerimaan dapat mempengaruhi pandangan dan sikap seseorang. Secara keseluruhan, dakwah yang adaptif, persuasif, dan relevan sangat penting dalam menyampaikan ajaran Islam dalam konteks masyarakat yang heterogen, untuk mencapai pemahaman dan penerimaan yang lebih baik.

Penelitian lebih lanjut dapat fokus pada pengembangan metode dakwah yang lebih efektif dalam masyarakat yang semakin pluralistik. Studi-studi yang membahas penerapan metode dakwah yang lebih inklusif, seperti *storytelling*, dan penerapan analogi dalam menyampaikan ajaran Islam akan memberikan wawasan lebih lanjut tentang bagaimana dakwah dapat diterima oleh berbagai kalangan tanpa menimbulkan konflik atau perbedaan yang tajam.

DAFTAR PUSTAKA

- Mujiburrahman, *Islam Multikultural: Hikmah, Tujuan, dan Keanekaragaman dalam Islam*. Addin, Vol. 7, No. 1, Februari 2013.
- Zainol Huda, *Dakwah Islam Multikultural: Metode Dakwah Nabi SAW Kepada Umat Agama Lain*. Religia, Vol. 19, No. 1, April 2016, Hlm. 89-112.
- Quraish Shihab, 1994, *Membumikan Al-Qur'an, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan, Cet. Ke-6.
- Pattaling, *Problematika Dakwah dan Hubungannya Dengan Unsur-Unsur Dakwah*. Jurnal Farabi, Vol. 10, No. 2, Desember 2013.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. 1953. *Communication and Persuasion: Psychological Studies Of Opinion Change*. Yale University Press.