

## **KOMUNIKASI DAKWAH ANTARA BUDAYA DALAM MASYARAKAT MAJMUK DI SABAH**

Zulkefli bin Aini, Abd Hakim Mohad, Rosmawati Mohamad Rasit, Muhammad Faisal Asha`ari, Siti Rugayah Tibek, Muhammad Adib Samsudin, Salasiah Hanin Hamjah, Ahmad Irdha Mokhtar, S.Salahudin Suyurno

### **Abstrak**

Komunikasi dakwah antara budaya adalah suatu pendekatan dakwah yang harmoni dan damai dengan mengambil kira kepelbagaian budaya dan cara hidup masyarakat yang terlibat. Semakin hari kita semakin merasakan betapa perlunya pendekatan ini agar kita dapat memahami antara satu sama lain, terutamanya dalam konteks masyarakat majmuk seperti Malaysia. Apatah lagi apabila kita bercakap tentang dakwah yang bersifat merentasi sempadan budaya dan bangsa. Bagi memastikan agar dakwah dapat disampaikan dengan baik dan penuh hikmah, tentunya kita perlu memilih pendekatan yang sesuai dan berkesan. Justeru, pendekatan yang terbaik ialah dengan mengenali dahulu budaya dan cara hidup masyarakat yang ingin didekati. Kertas kerja ini membincangkan tentang proses komunikasi antara budaya dalam konteks dakwah yang melibatkan interaksi antara pendakwah dengan sasaran dakwah (*mad`u*) khususnya di Sabah. Ia melibatkan teknik komunikasi seperti *persuasive*, *informative* dan dialog interaktif antara pendakwah dengan *mad`u* supaya mesej dakwah dapat disampaikan dan difahami oleh *mad`u*. Perbincangan juga ditumpukan kepada beberapa faktor yang menjadi pendorong dan penghalang kepada kelangsungan proses komunikasi dakwah antara budaya, yang boleh menjejaskan matlamat dakwah yang ingin dicapai.

### **Pendahuluan**

Dewasa ini, kita dapat melihat dengan lebih jelas wujudnya kesedaran tentang kepentingan memahami antara satu sama lain. Hal ini merupakan asas dalam kehidupan, memandangkan masyarakat hari ini sentiasa perlu memerlukan antara satu sama lain. Sebab itulah kita sentiasa berhubung atau berkomunikasi tidak kira di mana kita berada. Semua ini bagi memenuhi keperluan kita sama ada dari segi ekonomi, politik dan sosial. Perkembangan sains dan teknologi moden turut menjadi faktor yang signifikan dalam meningkatkan lagi hubungan antara masyarakat pada hari ini.

Tidak dinafikan bahawa teknologi maklumat dan komunikasi yang ada pada hari ini menjadikan kita rasa begitu dekat dengan ahli keluarga dan rakan-rakan di sekeliling kita.

Kita berkongsi maklumat setiap masa, walaupun tentang hal-hal rutin dan kurang penting seperti menu makanan, aktiviti sukan, percutian dan sebagainya. Komunikasi yang berkesan menjadikan kita lupa tentang kepelbagaian budaya antara kita. Justeru, apabila bercakap tentang dakwah, sewajarnya kita melakukan dengan kaedah yang sama agar mesej yang disampaikan dapat difahami dengan baik.

### **Komunikasi Antara Budaya**

Sebahagian besar daripada kita tentunya sudah biasa mendengar ungkapan “komunikasi antara budaya”. Ia merupakan proses komunikasi yang melibatkan interaksi antara individu-individu yang mempunyai persepsi budaya dan sistem simbol yang berbeza antara satu sama lain (Samovar, 2010: 13). Komunikasi antara budaya berlaku apabila mesej yang dilahirkan oleh anggota suatu kumpulan budaya diterima oleh anggota dari kumpulan yang lain (Hashim Fauzy 2010: 311). Selain itu, komunikasi antara budaya merujuk kepada komunikasi antara seseorang yang mempunyai nilai atau cara berkelakuan yang berbeza. Ia terbahagi kepada dua keadaan, iaitu budaya makro dan budaya mikro. Komunikasi antara budaya yang bersifat makro ialah komunikasi yang melibatkan komunikasi antara manusia daripada dua budaya atau negara yang berbeza. Ia lebih dikenali sebagai komunikasi rentas budaya. Manakala komunikasi antara budaya yang bersifat mikro ialah komunikasi dalam sesebuah masyarakat yang mempunyai ciri-ciri budaya yang berlainan seperti ras, gender atau status ekonomi. Ia melibatkan komunikasi dalam kategori atau stratafikasi sosial yang berbeza bagi sesebuah masyarakat (Hashim Fauzy, 2010: 311-312). Dalam konteks masyarakat berbilang bangsa, budaya dan agama seperti Malaysia, komunikasi antara budaya sebenarnya berlaku pada setiap masa dan keadaan

Terdapat beberapa manfaat hasil daripada komunikasi antara budaya antaranya ialah ia memberi penekanan tentang mengenal diri secara pasti, menjelaskan tentang prinsip hidup dan asal usulnya sebelum mengenali orang lain. Matlamatnya juga jelas iaitu untuk mencapai adaptasi dan penyesuaian dalam kalangan mereka yang terlibat dalam proses tersebut (Hamam `Abd al-Rahim Sa`id, 1992: 73).

Selain itu proses komunikasi antara budaya turut membawa beberapa kelebihan antaranya ialah membantu dalam membina keyakinan bagi membolehkan seseorang itu mencapai keterbukaan dalam proses yang bersifat kesalingan antara dua pihak. Ini kerana

seseorang merasa selesa untuk berkongsi pandangan, perasaan dan persepsi yang berbeza dengan orang lain yang akhirnya boleh mencapai persefahaman dan penerimaan. Untuk mencapai ke tahap seperti itu, sifat menghormati pandangan dan perasaan orang lain amat diperlukan.

Selain itu, proses ini juga memberikan seseorang itu pengalaman tentang identiti. Perkara ini membolehkan seseorang itu memulakan proses komunikasi dengan lebih yakin. Berbekalkan kefahaman yang baik tentang identiti dan budaya, seseorang itu dapat menjalinkan interaksi yang bermakna antara satu sama lain. Interaksi yang positif menyediakan ruang yang lebih baik kepada mereka yang terlibat untuk berkongsi cerita dan mesej yang lebih sarat.

### **Komunikasi Dakwah Antara Budaya**

Bentuk dakwah yang boleh dikaitkan dalam konteks komunikasi antara budaya ialah *da`wah syu`ubiah qaba`iliyah* yang terjadi apabila berlaku interaksi antara pendakwah dengan sasaran yang mempunyai pelbagai suku, etnik dan budaya (Jemkhairil: 2010: 88).

Justeru, komunikasi dakwah antara budaya boleh ditanggapi sebagai suatu proses dakwah yang mengambil kira kepelbagaian budaya antara pendakwah dengan masyarakat yang terlibat. Dengan lain perkataan, ia merupakan pendekatan dakwah merentasi budaya yang berlaku secara aman dan damai. Ia selari dengan Islam sebagai agama yang menganjurkan perdamaian, keamanan dan kesejahteraan sesuai dengan maksud dan pengertiannya. Islam perlu disampaikan kepada masyarakat dengan menunjukkan sikap kasih sayang dan mengamalkan serta menjunjung tinggi perdamaian, toleransi dan penuh penghargaan.

Tentunya, apabila kita membincangkan soal dakwah, ia merupakan suatu proses untuk menyampaikan atau menjemput masyarakat untuk mengenali Islam dengan lebih dekat. Oleh sebab sasaran dakwah itu adalah masyarakat itu sendiri, justeru memahami masyarakat dan budayanya menjadi satu kemestian. Tambahan pula pendekatan dakwah Islam adalah pendekatan yang bersifat budaya sama ada dalam bentuk individu mahupun kelompok masyarakat. Fokusnya pula merangkumi semua aspek kehidupan manusia termasuklah sistem kepercayaan, adat, norma-norma kehidupan, dan pemikiran (Jaffary Awang, 2003: 205-206).

Hanya dengan memahami budaya mereka, maka para pendakwah berupaya untuk berkomunikasi dengan lebih berkesan dengan masyarakat terlibat, dan proses dakwah dapat berjalan dengan baik, aman dan sejahtera. Hal ini kerana dalam konteks komunikasi manusia dengan realiti, aspek budaya itu menjadi sebahagian daripada proses tersebut (Samovar, 2010: 49-53).

Perlu dijelaskan disini bahawa proses komunikasi dakwah yang berlangsung haruslah mengutamakan aspek hubungan kemanusiaan secara sihat dan harmonis agar dakwah mampu berjalan dengan baik dalam kehidupan. Oleh sebab itu, proses komunikasi dakwah harus mempertimbangkan aspek sosiologi dan antropologi supaya interaksi antara pendakwah dan masyarakat dapat berjalan dengan lancar dan berkesan (Jemkhairil, 2010: 91).

Hanya dengan mengenali budaya masyarakat maka kita dapat memahami bahasa masyarakat dengan lebih baik sama ada bahasa itu adalah bahasa lisan atau bahasa bukan lisan. Hal ini kerana dalam budaya mengandungi pemikiran dan nilai, ia merupakan aspek utama dalam proses komunikasi. Kegagalan memahami sesuatu budaya akan menyebabkan seseorang pendakwah itu tidak dapat memahami mesej yang disampaikan kepadanya atau membuat tanggapan yang kurang tepat (Hashim Fauzy, 2010: 312-322). Dewasa ini, dengan kecanggihan teknologi komunikasi, proses dakwah boleh berlangsung dengan lebih mudah, bahkan ada kalanya para pendakwah tidak perlu turun bertemu masyarakat. Namun demikian, perlu ditekankan di sini bahawa "*high-tech*" tidak boleh menggantikan "*high-touch*" dalam urusan dakwah. Ini kerana, dakwah bukan sekadar memindahkan maklumat, tetapi juga berkait rapat dengan sentuhan kemanusiaan. Justeru, masyarakat yang didakwah perlu didekati dan difahami. Selain itu, kita juga perlu menyedari bahawa komunikasi bukan lisan berlaku pada setiap masa dalam masyarakat berbanding dengan komunikasi lisan yang hanya berlaku apabila kita bercakap atau berbual sahaja.

Tidak dapat dinafikan bahawa, dalam konteks dakwah, hubungan antara pendakwah dengan masyarakat adalah penting. Terdapat beberapa aspek yang perlu diambil perhatian terutamanya ketika melakukan internalisasi, transmisi, transformasi dan difusi ajaran Islam. Antara aspek-aspek tersebut ialah (Acep Aripudin dan Syukriadi Sambas 2007: 37-53):

1. Fokus terhadap kesedaran diri samada di pihak pendakwah mahupun sasaran bahawa mereka adalah sebahagian daripada daripada agen penyelesaian masalah. Antara

pendekatan yang boleh digunakan ialah pendekatan *da`wah nafsiyyah* (dakwah melalui fokus jiwa) melalui kaedah *wiqayah nafsiyyah* (pemeliharaan diri samada dari sudut jasmani ataupun rohani), *tazkiyah nafsiyyah* (pensucian jiwa melalui aktiviti merenung diri, muhasabah atau introspeksi diri), mengutamakan *quwwah `aqliyah* (kecerdasan intelektual seperti membaca, berdiskusi) berbanding *quwwah ghadabiyyah* (daya marah seperti cepat bertindak secara reaktif, malas, bersangka buruk, iri hati, dengki, emosi negatif dan bakhil) dan *wahmiyah syahwatiyyah* (kecenderungan syahwat yang dilandaskan godaan syaitan seperti hedonisme dan materialisme).

2. Fokus kepada interaksi antara pendakwah dengan sasaran secara perseorangan (*da`wah fardiyyah*). Antara metode dakwah yang digunakan ialah dakwah secara al-hikmah dengan pendekatan ilmiah (jujur, berbicara sesuai dengan tahap pemikiran sasaran, sistematik dan fakta yang mempunyai rujukan, singkat, padat serta mudah difahami), dakwah secara *al-maw`izah al-hasanah* (mempamerkan contoh teladan yang baik dan pengajaran yang tepat sesuai dengan kedudukan sasaran), dakwah secara *mujadalah bi allati hiya ahsan* (mengadakan dialog secara harmoni, berdebat dan berdiskusi kepada sasaran yang terdiri dari kumpulan intelek dan mereka yang suka membantah), *al-ta`aruf* (perkenalan melalui aktiviti pertukaran antara budaya), *islah* (pembaikan dengan mengemukakan pandangan yang sederhana), *tawsiyah* (saling berpesan dalam perkara kebaikan termasuklah mengemukakan kritikan secara konstruktif), *ta`lim* (pembelajaran melalui pembentangan dan dialog), dan *uswah hasanah* (mempamerkan contoh yang baik).
3. Fokus kepada teknik penyampaian ajaran Islam kepada sasaran dengan menggunakan pendekatan *al-ta`aruf* (saling berkenalan melalui program pertukaran budaya secara sukarela), *al-ta`awun `ala al-birr* (saling bantu membantu dalam kebaikan), *ta`alaw ila kalimatil sawa'* (memaksimum titik persamaan, mengurangkan titik perbezaan), *da`wah al-khayr* (mengajak kepada perkara kebaikan), *tabsyir* (memberikan penghargaan), *tasyhir* (pembuktian kebenaran), *indhar* dan *sirajan muniran* (peringatan dan pencerahan), *musahabah fi al-dunya ma`rufa* (membentuk kerjasama pintar dalam urusan dunawi), *tasamuh wa la tasubb ma`budahum* (toleransi dan tidak mencaci atau menghina sembahkan mereka), *ijtinab* (saling menghindari konflik,

mengurangkan titik perbezaan), *a`maluna a`malukum* (tegas dalam prinsip terutama dalam aspek kepercayaan) dan *al-amr bi al-ma`ruf wa al-nahy `an al-munkar* (mengajak kepada kebaikan atau kebajikan, dan melarang kepada kemunkaran).

4. Fokus kepada perantaraan penyampaian yang baik melalui bahasa lisan yang baik dan berkesan (*ahsan qawl*) dan berpegang kepada prinsip kebebasan ikhtiar manusia tanpa paksaan dalam memilih Islam sebagai pegangan hidup dan kepercayaan.

Pada masa sekarang, usaha-usaha dakwah dengan memperkenalkan Islam melalui pendekatan secara ramah dan damai sangatlah penting (Acep Aripudin dan Syukriadi Sambas, 2007: 18). Walaupun secara prinsipnya ia telah diamalkan oleh Rasulullah s.a.w. tetapi dalam konteks semasa ia diintegrasikan dengan pendekatan komunikasi secara antara budaya. Ini kerana dakwah tidak hanya difahami sebagai pemindahan nilai-nilai dalam ajaran Islam (*the transfer of Islamic Values*) yang bersifat ketuhanan (*ilahiyyat*) kepada manusia bagi mengangkat martabat kemanusiaan (*insaniyyat*) di muka bumi, tetapi ia juga turut berperanan memberi kesedaran secara nurani dalam konteks menghargai setiap budaya yang positif secara kritis tanpa menjejaskan keharmonian hubungan antara pendakwah dengan sasaran. Tambahan pula, usaha-usaha mengetahui dan mendalami ciri-ciri budaya sesuatu masyarakat merupakan salah satu kunci utama dalam memahami dakwah antara budaya. Di samping itu, ia memenuhi prinsip al-hikmah dalam berdakwah dari sudut *manhaj al-da`wah* dan kaedah dakwah, iaitu *khatib al-nas `ala qadr `uqulihim* (berbicara dengan sasaran dakwah mengikut tahap pemikiran mereka) (Hamam `Abd al-Rahim Sa`id 1992: 73).

Perlu dinyatakan di sini bahawa komunikasi dakwah antara budaya adalah suatu yang praktikal. Ia juga dilihat tidak begitu sukar untuk diamalkan memandangkan ianya berkait rapat dengan kehidupan kita seharian. Namun begitu realitinya tidak ramai yang benar-benar berjaya mengaplikasikannya. Terdapat lima jenis cabaran yang lazimnya mengganggu kelancaran proses komunikasi antara budaya sebagai realiti dakwah, iaitu (Jemkhairil, 2010: 89-91):

1. Etnosentrisme, iaitu suatu kecenderungan untuk menafsirkan atau menilai kelompok lain dari kaca mata kebudayaan sendiri.
2. Tidak mempunyai kepercayaan terhadap orang lain yang tidak dikenali dan asing dalam kelompok sendiri serta melebarkan jurang perbeaan secara berlebih-lebihan.

3. Penarikan diri dari pertemuan yang dirancang oleh salah satu pihak disebabkan sesuatu faktor.
4. Tidak mempunyai sifat empati atau kemampuan untuk merasakan seperti orang lain atau untuk menempatkan diri pada diri orang lain.
5. *Stereotypeing*, iaitu sikap yang timbul hasil dari keyakinan mengenai kelompok-kelompok individu tertentu berdasarkan pendapat, persepsi dan sikap yang dibentuk sebelumnya; sikap malas berinteraksi dengan orang lain hasil pengalaman yang pernah dilalui; mengambil kesimpulan tentang orang lain dengan cepat dan mudah.

### **Dakwah di Sabah**

Sebenarnya banyak perkara menarik yang dilalui apabila kita meneliti isu dakwah di negeri Sabah. Pertamanya ialah dari segi kepelbagaian etnik masyarakatnya di mana, masyarakat Sabah terdiri daripada pelbagai etnik seperti Kadazandusun, Murut, Bajau, Iranun, Kedayan, Bisaya, Rungus, Brunei, Suluk, Orang Sungai dan sebagainya (D.S. Ranjit Singh, 2000:12-16). Kedua, masyarakat di Sabah juga mempunyai kepelbagaian dari segi pegangan agama. Namun begitu bagi etnik tertentu seperti Kedayan, Brunei dan Bajau, mereka adalah penganut agama Islam. Bagi masyarakat seperti Kadazandusun dan Murut pula, ada dalam kalangan mereka yang beragama Kristian, Islam, Buddha, animism dan sebagainya. Di sini kita boleh melihat sebuah keluarga yang terdiri daripada anggota keluarga yang menganut agama berbeza.

Dalam suasana seperti ini, komunikasi antara budaya tentunya biasa terjadi samada secara langsung atau tidak langsung. Sudah pasti tergambar dalam kotak pemikiran kita betapa kompleks kepelbagaian yang wujud di Sabah. Apatah lagi kalau kita ingin bercakap soal agama, atau dakwah. Sekiranya kita tidak mahir tentang kepelbagaian budaya dan agama, maka berdiam diri itu adalah lebih baik. Jika tidak, mungkin perkataan kita akan menyinggung perasaan orang lain dan membangkitkan perasaan tidak harmoni. Oleh sebab itu, memahami budaya amat penting, agar kita mengenali cara hidup, adat resam, pantang larang, sistem kepercayaan, dan pemikiran sesuatu masyarakat (Shamsul Amri, 2000). Perkara ini penting kerana antara unsur dalam dakwah ialah mengenal, menguasai dan memahami masyarakat yang disasarkan. Tambahan pula dalam proses penyebaran mesej dakwah, pengetahuan tentang sasaran dakwah dapat membantu pendakwah untuk menilai

keadaan semasa, menelaah keadaan masa depan, menggubal dan melaksanakan pelbagai polisi (Jaffary Awang, 2003: 206).

Perlu juga dinyatakan di sini bahawa, kepelbagaian etnik, agama dan budaya dalam satu keluarga, menjadikan masyarakat Sabah sangat toleren. Antara pengalaman peribadi yang boleh dikongsikan di sini ialah tentang keluarga seorang rakan di Tenom yang setiap ahli keluarganya menganut pelbagai agama Kristian, Islam, Buddha dan kepercayaan tradisi. Mereka meraikan semua perayaan agama yang dianuti oleh ahli keluarga beliau. Perkara ini banyak berlaku di Sabah. Oleh sebab itu, masyarakat di Sabah sangat menghormati budaya, agama dan etnik orang lain. Hal ini kerana semua mereka adalah merupakan satu keluarga. Ini adalah salah satu ciri yang istimewa bagi masyarakat Sabah.

Oleh yang demikian, dalam konteks dakwah di Sabah, ia bersifat merentasi budaya dan etnik. Dengan lain perkataan, amalan komunikasi dakwah antara budaya sememangnya benar-benar berlaku di Sabah. Ini kerana, proses menyampaikan mesej Islam itu berlaku pada setiap masa dan tempat. Ia tidak hanya bersifat *inter religious*, bahkan juga bersifat *intra religious*. Hal ini kerana berkongsi tentang agama tidak semestinya berlaku antara dua penganut agama berbeza. Ia boleh juga berlaku dalam kalangan umat Islam sendiri.

**Jadual 1: Jumlah Penduduk Sabah Mengikut Agama Dan Etnik Tahun 2000**

Agama	Warganegara Malaysia							Bukan Warga Negara Malaysia	Jumlah
	Bumiputera					Cina	Lain-lain		
	Melayu	Kadazan dusun	Bajau	Murut	Bumi-putera lain				
Islam	303,497	100,968	342,421	11,698	273,092	8,589	107,782	510,238	1,658,285
Kristian	0	359,210	383	70,054	100,776	81,475	14,301	98,634	724,833
Hindu	0	67	1	10	48	323	2,075	312	2,836
Buddha	0	2,945	42	268	6,716	154,119	448	1,760	166,298
Confucius/Tao /agama tradisi lain org Cina	0	566	0	27	491	9,409	13	128	10,634
Agama suku kaum	0	130	0	11	69	150	3	33	396
Lain-lain	0	2,585	5	1,324	1,882	1,120	421	222	7,559
Tiada agama	0	11,846	244	1,247	6,039	6,163	63	996	26,598
Tidak diketahui	0	1,627	82	40	945	767	84	2,501	6,046
<b>Jumlah Keseluruhan Penduduk Sabah</b>									<b>2,603,485</b>

Sumber : Buku Tahunan Perangkaan Malaysia (2003), Jabatan Perangkaan Malaysia



Jadual 1, menunjukkan taburan penduduk Sabah mengikut kumpulan etnik dan agama. Jumlah keseluruhan penduduk Sabah berdasarkan banci penduduk tahun 2000 ialah 2,603,485 orang, penganut agama Islam adalah yang terbesar iaitu 1,658,285 orang, diikuti dengan Kristian 724,833 orang, Buddha 166,298 orang, Konfusius/Tao dan agama tradisi lain orang Cina 10,634 orang, Hindu 2,836 orang, Agama suku kaum (*folk religion*) 396 orang, lain-lain 7,559 orang, tidak ada agama (Pagan) 26,598 orang dan tidak diketahui 6,046 orang dengan nisbah penduduk Muslim dan non-Muslim 63:37 peratus. Sementara satu peratus lagi iaitu, 26,598 orang penduduk Sabah 'tiada agama'.

Jika dilihat dari segi peratusan penganut agama di Sabah, penganut agama Islam adalah yang paling ramai iaitu mencapai 63%. Kebanyakan mereka adalah muslim asal yang terdiri daripada masyarakat Kedayan, Bajau, Bugis, Brunei, Suluk dan sebagainya. Sebahagian lagi adalah mereka yang baharu memeluk Islam atau dikenali sebagai saudara baharu.

## Jadual 2 Faktor Penerimaan Islam

Sebab Memeluk Islam	Jantina					
	Lelaki		Perempuan		Jumlah	
	n	%	n	%	n	%
Perkahwinan	282	21.6	672	31.3	954	27.6
Kesedaran Diri Sendiri	284	21.7	435	20.3	719	20.8
Keluarga (Ibu/Bapa/Kakak/ Abang/Adik/Saudara Mara Lain)	208	15.9	376	17.5	584	16.9
Pengaruh Kawan	173	13.2	204	9.5	377	10.9
Pembacaan	147	11.3	184	8.6	331	9.6
Media (TV dan Radio)	95	7.3	154	7.2	249	7.2
Dakwah Dari Pihak Organisasi Islam	59	4.5	63	2.9	122	3.5
Masuk Islam Pada Zaman USNO/BERJAYA	37	2.8	43	2.0	80	2.3
Kempen Islam Hadhari	6	.5	2	.1	8	.2
Dapat Bantuan Material (Zakat/Sedekah/Biasiswa/Lain-Lain)	0	.0	5	.2	5	.1
Lain-Lain	15	1.1	9	.4	24	.7
<b>Jumlah</b>	1306	100.0	2147	100.0	3453	100.0

\* Lain-lain : faktor hidayah

Sumber: Kajian Pembangunan Rakyat Sabah (2008-2009)

Berdasarkan jadual di atas, hasil kajian menunjukkan bahawa faktor utama penerimaan Islam oleh saudara baharu di Sabah adalah perkahwianan iaitu mencapai 27.6%. Namun begitu, jika dianalisis berdasarkan jantina, faktor utama saudara baharu lelaki memeluk Islam ialah atas kesedaran sediri (21.7%), manakala faktor perkahwinan menjadi faktor yang kedua (21.6 peratus%). Keadaan ini berbeza dengan responden wanita, di mana faktor utama mereka memeluk Islam ialah kerana perkahwinan (31.3%). Faktor-faktor lain yang mendorong mereka memeluk Islam ialah atas kesedaran diri sendiri (20.8 peratus), pengaruh keluarga (16.9 peratus), pengaruh rakan (10.9 peratus), pembacaan (9.6 peratus) dan pengaruh media (7.2 peratus), dakwah oleh NGO (3.5%), Masuk Islam ketika USNO (2.3%), kempen Islam hadhari (0.2%), bantuan material (0.1%), dan lain-lain (0.7%).

Berdasarkan data pada jadual 2, kesimpulan awal yang boleh dibuat di sini ialah faktor penerimaan agama Islam oleh saudara baharu di Sabah berlaku menerusi dakwah yang tidak formal. Antaranya ialah menerusi hubungan kekeluargaan, rakan taulan, dan pasangan. Peratusannya mencapai 55.4%. Manakala dakwah yang formal hanya menyumbang 3.5%. Hal ini bermakna hubungan peribadi mempunyai peranan besar dalam urusan dakwah. Hubungan baik yang sedia terjalin menjadikan pendakwah lebih berhikmah dalam menyampaikan mesejnya sesuai dengan pemikiran, emosi dan budaya mereka. Ia mengetahui secara pasti tentang topik yang wajar untuk dibawakan, masa yang sesuai, pendekatan yang perlu digunakan dan laras bahasa yang lebih baik. Pendek kata, pendakwah yang mengenali hati budi orang yang didakwahnya adalah pendakwah yang berhikmah (Al-Bayanuni, 1995:247).

Selain itu, data yang ditunjukkan oleh jadual 2 turut memberi gambaran bahawa dakwah secara hikmah adalah dakwah yang berkesan. Ia memerlukan sentuhan kemanusiaan yang tinggi. Ia bukan bersifat “*touch and go*” dan jauh sekali sekadar berhubung dari jauh sahaja tanpa bersua muka. Pendakwah mesti mempunyai ruang untuk menilai situasi di lapangan agar dia boleh memilih cara dan kata yang tepat. Dia perlu mengadakan kontak pemikiran dan mencari titik pertemuan sebagai tempat bertolak untuk maju secara sistematik (rangka rujuk yang sama dalam istilah komunikasi moden) atau “lapangan dakwah” (Muhammad Natsir, 1978:183-184).

Jika diteliti dengan lebih mendalam, kita akan mendapati bahawa dalam konteks dakwah di Sabah, komunikasi dakwah antara budaya merupakan suatu kemestian. Dakwah yang berkesan memerlukan kefahaman tentang budaya masyarakat yang didakwahkan. Tanpa memahami hal ini dakwah menjadi hambar dan kurang berkesan. Hal ini dapat dibuktikan menerusi data tentang program yang dijalankan oleh beberapa badan agama di Sabah.

Antara badan-badan yang menganjurkan program agama di Sabah ialah Jabatan Hal Ehwal Islam Negeri Sabah (JHEINS), Majlis Ugama Islam Sabah (MUIS), Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), Angkatan Belia Islam Malaysia (ABIM), Yayasan Dakwah Islam Malaysia (YADIM) dan sebagainya.

**Jadual 2. Minat dan Respon Saudara Baharu terhadap Program Dakwah**

Organisasi	Bil	%
JHEAINS	1042	45.2
ABIM	102	4.5
JAKIM	418	18.2
USIA	153	6.6
MUIS	483	20.9
YADIM	107	4.6

Sumber: Kajian Pembangunan Rakyat Sabah (2008-2009)

Jadual 2, menunjukkan minat dan respon mualaf terhadap aktiviti dakwah yang dijalankan oleh organisasi Islam di Sabah. Maklum balas yang diberikan oleh responden menunjukkan seramai 1042 (45.2%) saudara baharu terlibat dalam aktiviti dakwah yang dianjurkan oleh JHEAINS diikuti oleh MUIS (20.9%), JAKIM (18.2%), USIA (6.6%), YADIM (4.6%) dan ABIM (4.5%).

Berdasarkan jadual di atas, antara sebab mengapa program JHEINS begitu menonjol berbanding dengan agensi lain, ialah JHEINS sudah sehati dengan masyarakat di Sabah. Pendakwah mereka amat mengenali masyarakat yang didakwahnya walaupun kebanyakan program yang dijalankan hampir sama seperti kelas-kelas agama, kelas Quran, ceramah agama dan sebagainya. Selain itu program-program yang diadakan adalah berkaitan perayaan atau peristiwa tertentu seperti Sambutan Awal Muharram, Sambutan Israk Mikraj, Nisfu Syaaban, Maulidur Rasul dan seumpamanya.

## **Kesimpulan**

Komunikasi dakwah antara budaya merupakan satu kaedah yang mendekatkan diri pendakwah kepada masyarakat. Kaedah ini ternyata berkesan dalam meningkatkan keyakinan pendakwah dalam menyampaikan mesejnya, dalam masa yang sama turut berupaya meningkatkan kebolehpercayaan golongan sasaran kepada pendakwah. Hal yang sedemikian, ia merupakan kaedah dakwah yang sesuai dengan saranan al-Qur'an, di mana dakwah perlu dilakukan dalam rangka menghormati masyarakat dan budayanya. Di samping itu, akal dan hujah yang meyakinkan pendakwah juga perlu memahami adat dan budaya masyarakat terlibat agar ia dapat membuat penilaian yang tepat terhadap kesesuaian dakwah yang ingin disampaikan. Hal ini penting agar ajakannya benar-benar menyentuh dan menyapa jiwa dan perasaan orang yang mendengarnya.

## **Rujukan**

Acep Aripudin dan Syukriadi Sambar. 2007. *Dakwah Damai: Pengantar Dakwah Antarbudaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Hamam `Abd al-Rahim Sa`id. 1992. *Qawa'id al-Da`wah Ila Allah*. Cetakan ke-3. Al-Mansurah: Dar al-Wafa' li al-Tiba`ah wa al-Nasyr wa al-Tawzi`.

Hashim Fauzy Yaacob. 2010. *Komunikasi Antara Manusia*. Cetakan keempat. Johor Bahru: Penerbit UTM Press.

Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni. 1995. *Al-Madkhal Ila `Ilm al-Da`wah*. Cetakan ke-3. Beirut: Mu'assasah al-Risalah.

Jaffary Awang. 2003. Kajian Budaya dalam Konteks Dakwah Serantau. Dalam Zulkiple Abd.Ghani, Anuar Puteh dan H.A.Yaakob Matondang (Penyunting), *Dakwah dalam Perspektif Sosio-Budaya (Malaysia-Indonesia)*. Bangi: Jabatan Pengajian Dakwah dan Kepimpinan/Sumatera: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Halaman 203-216.

Jemkhairil.2000. Komunikasi Antara Budaya Sebagai Metode Dakwah untuk Masyarakat Multi Etnik. *Jurnal al-Hikmah*. Bil. 2. Hlm. 83- 96.

*Laporan Kajian Pembangunan Rakyat Sabah (PERASA), 2008.*

Muhammad Natsir. 1978. *Fiqh al-Da`wah*. Kuala Lumpur: Angkatan Belia Islam Malaysia.

Munzier Suparta dan Harjani Hefni. 2006. *Metode Dakwah*. Cetakan ke-3. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

