

Diferensiasi Mad'u dalam Praktik Dakwah di Kota Tuban: Analisis Respons, Antusiasme, dan Daya Serap Pesan

Natasya anggraeni¹, Jauharotina Alfadhilah²

¹ Fakultas Dakwah/ Program Studi Manajemen Dakwah/
Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban.

Email: ntasyaa99@gmail.com

² Fakultas Dakwah/ Program Studi Manajemen Dakwah/
Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban.

Email: dhiehz90@gmail.com

History Artikel:

Diterima 1 Mei 2026

Direvisi 10 Mei 2026

Diterima 30 Mei 2026

Tersedia online 14 Juni 2026

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perbedaan karakteristik mad'u dalam praktik dakwah di Kota Tuban serta dampaknya terhadap respons, antusiasme, dan kemampuan memahami pesan dakwah. Mad'u sebagai sasaran dakwah memiliki latar belakang yang berbeda, yaitu dari usia, tingkat pendidikan, kondisi sosial, akses terhadap media dan pemahaman keagamaan. Hal ini menjadi faktor penting yang memengaruhi efektivitas dakwah, oleh karena itu Perbedaan tersebut menuntut adanya pendekatan dakwah yang disesuaikan dengan kondisi mad'u agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respons masyarakat terhadap dakwah tidak bersifat seragam, melainkan dipengaruhi oleh kesesuaian materi dan metode penyampaian yang digunakan oleh da'i. Antusiasme mad'u cenderung meningkat ketika dakwah disampaikan secara menarik, komunikatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, diperlukan strategi dakwah yang adaptif, inovatif, dan kontekstual agar mampu menjangkau berbagai kelompok masyarakat secara optimal.

Kata Kunci: Difensiasi, Dakwah, Tuban.

Abstract

This study aims to examine the differences in the characteristics of mad'u (the audience of da'wah) in the practice of Islamic preaching in Tuban City, as well as their impact on responses, enthusiasm, and the ability to understand da'wah messages. As the target of da'wah, mad'u come from diverse backgrounds, including age, level of education, social conditions, access to media, and religious understanding. These differences are important factors that influence the effectiveness of da'wah. Therefore, they require tailored approaches so that the messages delivered can be well received. This research employs a literature study method with a qualitative approach, using data collection techniques such as observation, interviews, and documentation. The findings indicate that community responses to da'wah are not uniform but are influenced by the suitability of the content and the methods used by the da'i (preacher). The enthusiasm of mad'u tends to increase when da'wah is delivered in an engaging, communicative manner and is relevant to everyday life. Therefore, adaptive, innovative, and contextual da'wah strategies are needed to effectively reach diverse segments of society.

Keywords: Differentiation, Da'wah, Tuban.

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan usaha untuk mengajak dan menyampaikan ajaran Islam yang memiliki peran penting dalam membimbing masyarakat agar memahami dan menjalankan nilai-nilai agama secara baik dan tahu mana yang benar atau yang salah.¹ Di Indonesia memiliki banyak keragaman sosial,

¹ Amin Samsul Munir, *Ilmu Dakwah* (Amzah, 2009).

budaya, dan keagamaan, menjadikan kegiatan dakwah dihadapkan pada kondisi mad'u (sasaran dakwah) yang berbeda beda, bahkan di kota tuban pun banyak keragaman sosial. Perbedaan ini terlihat dari latar belakang, budaya, tingkat pendidikan, status sosial, ataupun cara pandang dalam beragama. Kondisi tersebut membuat proses dakwah menjadi lebih menantang, karena setiap masyarakat memiliki cara untuk menerima dakwah dengan cara yang berbeda terhadap pesan yang disampaikan.²

Dengan demikian, pelaksanaan dakwah tidak bisa dilakukan dengan pendekatan yang sama untuk semua kalangan. Dibutuhkan strategi yang tepat dan memahami kondisi mad'u serta mencari tahu latar belakang dari setiap daerah yang akan dilakukan dakwah agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik dan tidak ditolak oleh mad'u. Di sisi lain, keberagaman ini juga menjadi peluang untuk mengembangkan metode dakwah yang lebih kreatif dan menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.³

Namun, banyaknya mad'u menjadikan penyampaian dakwah tidak selalu berjalan mulus. Ada beberapa yang menerima dakwah dengan baik, tetapi ada juga beberapa kendala. Salah satu kendala yang sering muncul adalah perbedaan cara berkomunikasi antara da'i dan mad'u, baik dari segi bahasa, metode penyampaian, maupun cara memandang kehidupan atau beragama mad'u itu sendiri. Tidak sedikit dari mereka yang merasa bahwa dakwah terkesan menghakimi, kurang sesuai dengan kondisi mereka, bahkan terasa jauh dari realitas yang mereka alami sehari-hari.⁴

Di era sekarang ini masyarakat modern, khususnya di Kota Tuban, perbedaan karakter mad'u semakin terlihat seiring dengan perkembangan sosial dan teknologi. Kondisi ini menjadikan para da'i untuk menyesuaikan cara, pendekatan, dan bahasa dalam berdakwah, agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas dan diterima dengan baik oleh banyak masyarakat. Tetapi penyampaian dakwah sering kali belum sepenuhnya memperhatikan perbedaan karakter mad'u. Akibatnya, tanggapan dari masyarakat pun beragam, ada yang antusias, ada yang biasa saja, bahkan ada yang kurang tertarik. Selain itu, tingkat pemahaman atau daya tangkap terhadap pesan dakwah juga tidak sama. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah bergantung pada kemampuan da'i dalam memahami serta menyesuaikan diri dengan kondisi mad'u.

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji lebih mendalam tentang diferensiasi mad'u dalam praktik dakwah, khususnya di Kota Tuban. Penelitian ini membahas bagaimana respons serta daya serap masyarakat terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka⁵ dan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang berfokus pada pengalaman nyata atau pengalaman pribadi dalam praktik dakwah di Kota Tuban. Metode ini dipilih untuk menggali secara mendalam bagaimana diferensiasi mad'u mempengaruhi respons, antusiasme, dan daya serap pesan dakwah berdasarkan pengalaman langsung peneliti serta pengalaman orang lain yang terlibat dalam kegiatan dakwah.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengalaman pribadi peneliti yang terlibat dalam aktivitas dakwah, serta dari pengalaman para da'i dan mad'u yang diwawancarai. Informan dipilih secara purposive yaitu mereka yang aktif mengikuti

² Muhammad Ali Chozin, "Strategi dakwah salafi di Indonesia," *Jurnal Dakwah* 14, no. 1 (2013): 1–25.

³ Mustopa Mustopa, "ADAB DAN KOMPETENSI DAI DALAM BERDAKWAH," *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 8, no. 1 (2017): 100–109.

⁴ Lalu Mirwazi dan Abdul Muhid, "Memahami Perilaku Mad'u: Dinamika dan Tantangan dalam Jamaah Pengajian Multikultural," *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam* 17, no. 1 (2025): 1–18.

⁵ Faiza Fahrurrozi Kadri, *Ilmu Dakwah* (Prenadapedia Grup, 2019).

atau menyampaikan dakwah, sehingga mampu memberikan informasi yang relevan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, serta dokumentasi kegiatan dakwah yang mendukung analisis penelitian.

Untuk menjaga kebenaran data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan data dari pengalaman pribadi, hasil wawancara, dan dokumentasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif dan mendalam mengenai praktik dakwah berdasarkan respon mad'u di Kota Tuban.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Diferensiasi Mad'u Dalam Dakwah

Mad'u adalah individu yang menjadi sasaran dakwah, yaitu orang yang diajak menuju jalan Allah melalui pemahaman dan penghayatan ajaran Islam. Dalam sudut pandang ilmu komunikasi, mad'u disebut sebagai komunikan atau receiver, yaitu seseorang yang menerima pesan dari komunikator (da'i). Secara bahasa, istilah mad'u merupakan bentuk ism al-maf'ul dari kata da'a, yang berarti orang yang diajak kepada ajaran Islam.⁶

Tuban dikenal sebagai daerah yang memiliki budaya religius yang kuat. Hal ini ditandai dengan adanya beberapa tempat religius di Tuban yang sampai sekarang ini masih ramai dikunjungi banyak orang. Bahkan Tuban juga dijuluki sebagai kota wali, sehingga sebagian besar mad'u memiliki dasar pemahaman agama Islam yang cukup baik. Hal ini terlihat dari banyaknya kegiatan keagamaan seperti pengajian, tahlilan, dan tradisi keislaman lainnya yang masih terjaga. Namun, adanya hal ini tidak bisa menjadi tolak ukur bahwa semua mad'u di Tuban sama dalam pemahaman agamanya. Tingkat pemahaman tersebut tetap berbeda-beda, mulai dari masyarakat awam hingga yang sudah memiliki pengetahuan agama yang lebih mendalam.

Mad'u di Tuban terdiri dari berbagai kelompok, dari yang tua sampai yang muda, dari yang masih pelajar, mahasiswa dan masyarakat biasa.⁷ Setiap kelompok memiliki kebutuhan dan cara pendekatan dakwah yang berbeda. Misalnya, dakwah kepada pelajar dan mahasiswa yang umumnya masih remaja lebih efektif menggunakan media digital dengan bahasa yang ringan dan mudah dipahami, sedangkan kepada masyarakat biasanya mereka lebih menyukai pendekatan secara langsung seperti ceramah dan pengajian rutin. Selain itu, perkembangan teknologi juga memengaruhi karakter mad'u di Tuban, khususnya generasi muda yang lebih aktif menggunakan media sosial. Hal ini menuntut para dai untuk lebih kreatif dalam menyampaikan pesan dakwah agar dakwah tetap menarik dan diminati.

Diferensiasi berdasarkan usia menunjukkan bahwa adanya perbedaan karakter di antara remaja, dewasa, dan lanjut usia.⁸ Jadi dakwah tidak hanya sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga harus mampu membawa perubahan atau transformasi dalam masyarakat sesuai dengan kondisi dan perkembangan zaman. Perubahan zaman membuat dakwah agar terus berinovasi dengan ini pesan yang disampaikan bisa tetap relevan dan dapat diterima. Perbedaan masyarakat sebagai mad'u tidak akan tercapai tanpa memperhatikan kondisi nyata yang mereka hadapi. Keberagaman dalam masyarakat sebagai sasaran dakwah merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari. Oleh karena itu, seorang da'i tidak seharusnya berusaha menghilangkan perbedaan tersebut, melainkan harus mampu menyikapinya

⁶ Mirwazi dan Muhid, "Memahami Perilaku Mad'u: Dinamika dan Tantangan dalam Jamaah Pengajian Multikultural."

⁷ Fahrurrozi, *Ilmu Dakwah*.

⁸ Hariyanto Hariyanto, "Relasi Kredibilitas Da'i Dan Kebutuhan Mad'u Dalam Mencapai Tujuan Dakwah," *TASAMUH: Jurnal Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Islam* 15, no. 2 (2018): 61–82.

dengan bijak. Sikap egois, seperti memaksakan kehendak tanpa mempertimbangkan kondisi mad'u, justru perlu dihindari dalam berdakwah.⁹

2. Metode Dan Strategi Dakwah

Strategi dakwah yaitu cara yang digunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikan ajaran Islam kepada mad'u secara efektif. Dalam pelaksanaannya, strategi ini tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga memperhatikan kondisi, kebutuhan, serta karakteristik sasaran dakwah. Metode dan strategi dakwah perlu disesuaikan dengan kondisi sosial, budaya, serta karakteristik mad'u. Hal ini menjadi penting karena dengan pendekatan yang tepat, pesan yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat.¹⁰

Metode dakwah di Kota Tuban pada umumnya mengacu pada prinsip-prinsip dasar dalam Islam, seperti bil hikmah (pendekatan yang bijaksana), mau'izhah hasanah (nasihat yang baik), serta mujadalah (dialog yang santun). Dakwah di kota Tuban juga menggunakan strategi dakwah kultural dan multikultural, Dakwah kultural yaitu pendekatan dakwah yang bersifat bottom-up atau pendekatan yang dimulai dari bawah ke atas. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada penyampaian ajaran, tetapi juga berusaha memahami dan menyesuaikan diri dengan budaya serta kondisi sosial mad'u, salah satu contohnya adalah budaya kesenian wayang yang diturunkan dari sunan bonang, budaya ini masih berkembang sampai sekarang di kota tuban dan masih banyak masyarakat yang antusias dalam metode dakwah ini.¹¹ Dakwah kultural juga menekankan penerapan Islam secara kontekstual, yaitu dengan memeriksa kembali hubungan antara ajaran Islam yang bersifat formal dengan aspek politik maupun kehidupan bernegara. Dalam praktiknya, dakwah kultural memiliki fungsi yang bersifat praktis dan banyak diwujudkan melalui dakwah bil hal, yaitu dakwah yang dilakukan melalui tindakan nyata. Fokus utama pendekatan ini adalah mendorong perubahan dan perbaikan kondisi sosial masyarakat, khususnya mereka yang berada dalam keterbatasan ekonomi. Dengan adanya perbaikan tersebut, diharapkan masyarakat dapat terhindar dari perilaku yang menyimpang dari nilai-nilai keislaman.¹²

Strategi dakwah dalam konteks multikulturalis diarahkan pada dua hal utama, yaitu menemukan titik temu di tengah keberagaman serta membangun solidaritas antarperbedaan. Dakwah tidak hanya berupaya menyatukan berbagai perbedaan yang ada, tetapi juga menumbuhkan rasa saling menghargai, toleransi, dan kebersamaan dalam kehidupan masyarakat yang beragam. Dalam dakwah multikultural, seorang da'i dituntut untuk memahami perbedaan yang ada di tengah masyarakat dan menyesuaikan cara penyampaian pesan agar tetap relevan dan tidak menyinggung nilai-nilai yang dianut oleh mad'u. Dengan ini, menjadikan dakwah tidak bersifat memaksakan melainkan mengedepankan dialog, kedamaian, dan persatuan di tengah keberagaman kondisi mad'u.¹³

Dengan demikian, keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh materi yang disampaikan, tetapi juga oleh cara penyampaian seorang da'i dan kemampuan menyesuaikan dengan

⁹ Muhamad Irhamdi, "Keberagaman Mad'u Sebagai Objek Kajian Manajemen Dakwah: Analisa Dalam Menentukan Metode, Strategi, Dan Efek Dakwah," *Jurnal Manajemen Dakwah* 5, no. 1 (2019): 55–71.

¹⁰ Achmad Baidowi dan Moh Salehudin, "Strategi dakwah di era new normal," *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies* 2, no. 1 (2021): 58–74.

¹¹ Jauharotina Alfadhilah dan Akhla Shofia Kumala, "Pengaruh Strategi Dakwah Sunan Bonang Terhadap Pembentukan Identitas Islam Nusantara: Tinjauan Historis," *ASWALALITA: Journal of Da'wah Management* 4, no. 2 (2025): 90–104.

¹² Muhammad Maftuh Afnan dan Aflachal Muthowah, "Strategi dakwah takmir masjid Husnul khotimah Sambonggede Merakurak Tuban dalam meningkatkan antusias shalat subuh berjamaah," *AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 2, no. 1 (2022): 1–20.

¹³ Shima Nahara dan Ahmad Nurcholis, "Dakwah Multikultural, Kiai Lokal Konstruksi Dakwah Multikultural Kiai Lokal Era Modern," *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah* 2, no. 2 (2021): 41–54.

kondisi dan karakter mad'u. Diperlukan juga upaya yang berkelanjutan untuk mengembangkan metode dan strategi dakwah yang efektif, terbuka, dan sesuai dengan perkembangan mad'u.

3. Respon Mad'u Terhadap Dakwah

Dalam praktiknya, dakwah Islam disampaikan melalui beragam cara dan media. Hal ini terlihat dari berbagai kegiatan keagamaan yang berkembang di masyarakat. Respon mad'u terhadap dakwah di Kota Tuban menunjukkan beberapa respon yang cukup beragam. Sebagai daerah yang dikenal memiliki tradisi keagamaan kuat, keberadaan dakwah di Tuban pada umumnya mendapat sambutan positif dari masyarakat. Hal ini terlihat dari tingginya partisipasi dalam kegiatan keagamaan, Seperti pengajian tauhid, kajian fiqih, pembacaan Yasin bersama, serta aktivitas dakwah lainnya yang menjadi sarana penyampaian ajaran Islam.¹⁴

Penyampaian materi dakwah dengan isi pesan yang beragam menimbulkan respon mad'u yang cukup baik. Terutama jika materi dakwah disampaikan dengan cara yang komunikatif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Tema-tema praktis seperti akhlak, kehidupan keluarga, ekonomi syariah, dan pergaulan remaja cenderung lebih mudah diterima dan dipahami oleh mereka. Terlihat dari keaktifan dan keseriusan mad'u dalam mengikuti setiap kegiatan dakwah. Selain itu, respon tersebut juga berdampak pada perubahan kehidupan yang lebih islami, khususnya dalam aspek sosial keagamaan yang berjalan dengan lebih baik. Perubahan ini ditandai dengan berkembangnya budaya silaturahmi, meningkatnya kesadaran dalam menjalankan ibadah, serta sikap lebih berhati-hati terhadap hal-hal yang bertentangan dengan ajaran agama.¹⁵ Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah turut memberikan pengaruh yang cukup besar dalam memperluas jangkauan serta meningkatkan keterlibatan mad'u, khususnya di kalangan generasi muda.¹⁶

Namun demikian, tidak semua mad'u di kota tuban menunjukkan respon yang sama. Beberapa dari mereka juga cenderung bersikap pasif, bahkan kurang tertarik terhadap kegiatan-kegiatan dakwah. Kondisi ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kesibukan, perbedaan minat, serta metode penyampaian dakwah yang kurang menarik atau bersifat monoton. Maka dari itu seorang da'i perlu menerapkan teknik berbicara atau berkomunikasi yang menarik dalam kegiatan dakwahnya. Adanya karakteristik gaya dan bahasa yang menarik, agar kegiatan dakwah yang dilakukan tidak monoton. Selain itu, perbedaan dalam pemahaman keagamaan juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi tingkat penerimaan masyarakat terhadap pesan-pesan dakwah. Tetapi ada juga respon kritis dari sebagian mad'u yang mulai terlihat, terutama di kalangan masyarakat yang memiliki tingkat Pendidikan yang lebih tinggi. Mereka tidak hanya menerima materi dakwah secara langsung, tetapi juga melakukan analisis dan refleksi terhadap isi pesan yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua mad'u bersifat pasif, melainkan mereka juga berkembang menjadi subjek yang aktif dalam proses dakwah.¹⁷

Dapat disimpulkan bahwa respon mad'u terhadap dakwah di Kota Tuban sangat beragam, mulai dari yang antusias hingga yang cenderung kurang peduli dengan dakwah. Oleh karena itu, diperlukan strategi dakwah yang adaptif, inovatif, dan kontekstual agar da'i mampu menjangkau seluruh mad'u dengan berbagai latar sosial dan meningkatkan efektivitas dalam penyampaian pesan dakwah.

4. Tingkat Antusiasme Mad'u Terhadap Dakwah

¹⁴ DODI IRAWAN SAPUTRA, "RESPON MAD'U TERHADAP AKTIVITAS DAKWAH DI MASJID AL-MUKMIN KELURAHAN SIDOMULYO KOTA BENGKULU" (UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2023).

¹⁵ Syukri Syamaun, "Analisis Proses Interaksi antara Da'i Dan Mad'u pada Pengajian Mesjid Baitushsalihin Ulee Kareng Banda Aceh," *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 1, no. 2 (2018): 1–20.

¹⁶ Salwa Intan Fatikah dkk., "Perubahan Sikap Mad'u Mahasiswa KPI Angkatan 2022 dan Penggunaan Instagram sebagai Media Dakwah," *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora* 4, no. 3 (2025): 408–17.

¹⁷ Nida Aidah dkk., "Respon Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2014 terhadap Dakwah Ustad Evie Effendi," *TABLIGH: JURNAL KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM* *Yapeðumenu: Sunan Gunung Djati State Islamic University of Bandung* 4, no. 1 (2020): 18–29.

Tingkat antusiasme mad'u terhadap dakwah merupakan salah satu hal yang penting dalam menilai keberhasilan aktivitas dakwah di tengah masyarakat.¹⁸ Antusiasme ini bisa dinilai dari sejauh mana masyarakat menunjukkan minat, keterlibatan, dan partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan dakwah, baik yang bersifat langsung, maupun yang berbasis media digital. Tingkat antusiasme mad'u dalam mengikuti kegiatan dakwah di Kota Tuban secara umum menunjukkan kecenderungan yang sangat positif. Antusiasme ini dapat dilihat dari konsistensi kehadiran masyarakat dalam berbagai forum keagamaan, seperti pengajian, majelis taklim, serta kegiatan dakwah yang diselenggarakan di lingkungan masjid maupun komunitas. Partisipasi para mad'u tidak hanya terlihat dari jumlah kehadiran disetiap acara, tetapi juga keterlibatan yang lebih mendalam dalam memahami pesan-pesan keagamaan yang disampaikan.

Selain itu, tingkat antusiasme mad'u terhadap pelaksanaan acara besar keagamaan di kawasan Makam Sunan Bonang dan Asmoro Kondi menunjukkan keaktifan masyarakat tuban yang tinggi dan konsisten dari waktu ke waktu. Kedua lokasi tersebut memiliki nilai historis dan spiritual yang kuat dalam tradisi Islam di Tuban, sehingga menjadi pusat berkumpulnya masyarakat dalam berbagai kegiatan keagamaan seperti haul, pengajian akbar, serta peringatan hari-hari besar Islam. Tetapi tingkat antusiasme mad'u juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas penyelenggaraan acara, tema dakwah yang diangkat, dan da'i yang dihadirkan. Kehadiran tokoh agama yang dikenal luas biasanya mampu meningkatkan jumlah mad'u. Di sisi lain, kemudahan akses lokasi, fasilitas pendukung, serta penyebaran informasi melalui media sosial juga turut berkontribusi dalam menarik minat masyarakat untuk hadir. Meskipun tingkat antusiasme mad'u tergolong tinggi, ada beberapa perbedaan dalam bentuk partisipasi yang ditunjukkan. Sebagian masyarakat mengikuti kegiatan dengan aktif dan menyeluruh, sementara sebagian hadir secara simbolik sebagai bentuk partisipasi. Hal ini menunjukkan bahwa antusiasme tidak hanya dapat diukur dari jumlah kehadiran, tetapi juga dari tingkat kualitas keterlibatan dalam kegiatan dakwah.¹⁹

Selain acara-acara besar yang diselenggarakan disekitar Makam Sunan Bonang dan Makam Asmoro Kondi, masyarakat di Pulau Jawa, khususnya di Kabupaten Tuban, juga memiliki beragam tradisi dan budaya lokal yang sampai sekarang masih dilestarikan dan berkembang. Tradisi-tradisi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai warisan budaya, tetapi juga menjadi media penyampaian nilai-nilai keagamaan atau dakwah yang bersifat kultural. Salah satu tradisi yang masih berkembang sampai sekarang di masyarakat Tuban adalah budaya selamatan dan tahlilan. Tradisi ini merupakan bentuk kegiatan sosial keagamaan yang melibatkan masyarakat dalam suatu pertemuan bersama dengan tujuan memanjatkan doa keselamatan. Kegiatan selamatan umumnya diawali dengan pembacaan doa bersama, kemudian diakhiri dengan makan bersama sebagai simbol kebersamaan dan rasa syukur. Dalam pelaksanaannya, tradisi selamatan tidak sebagai kegiatan berdoa bersama, tetapi juga mengandung unsur dakwah. Pada beberapa kesempatan, kegiatan ini diselipkan penyampaian pesan-pesan keagamaan yang bersifat ringan dan kontekstual, sehingga mudah dipahami oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa selamatan dapat berfungsi sebagai media dakwah yang efektif, terutama dalam menjangkau berbagai banyak masyarakat. Tingkat antusiasme dan partisipasi masyarakat dalam tradisi ini tergolong tinggi. Acara ini tidak hanya didatangi oleh kalangan orang tua, tetapi juga banyak generasi muda yang ikut berpartisipasi. Selain itu, kegiatan selamatan sering kali bersifat umum, sehingga dapat diikuti oleh banyak masyarakat, baik yang diundang secara khusus maupun yang hadir secara sukarela.²⁰ Kegiatan

¹⁸ Syifa Luthfiani dkk., "Strategi Majelis Taklim Blok D Sukaraya Indah, Karang Bahagia Untuk Meningkatkan Antusiasme Jamaah," *JURNAL PENDIDIKAN ISLAM AL-ILMI* 9, no. 1 (2026): 135–46.

¹⁹ Syukri Syamaun, "Analisis Proses Interaksi antara Da'i Dan Mad'u pada Pengajian Mesjid Baitushsalihin Ulee Kareng Banda Aceh," *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 1, no. 2 (2018): 1–20.

²⁰ Emi Fahrudi dan Jauharotina Alfadhilah, "Makna Simbolik 'Bulan Suro' Kenduri Dan Selamatan Dalam Tradisi Islam Jawa," *ASWALALITA: Journal of Da'wah Management* 1, no. 2 (2022): 185–95.

ini menunjukkan bahwa tradisi selamatan memiliki peran penting dalam memperkuat solidaritas sosial sekaligus menjadi sarana dakwah yang inklusif di tengah masyarakat Tuban.

Perkembangan teknologi informasi turut berperan dalam meningkatkan antusiasme mad'u, khususnya melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana dakwah. Kehadiran media sosial memungkinkan penyampaian pesan dakwah menjadi lebih mudah, menjangkau banyak orang dan lebih luas, mudah diakses oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda. Dengan demikian, kegiatan dakwah tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, tetapi dapat diikuti kapan saja sesuai dengan kebutuhan mad'u.²¹ Namun demikian, tingkat antusiasme tersebut tidak terlepas dari berbagai tantangan. Hal ini menunjukkan bahwa antusiasme mad'u bisa berubah ubah sesuai dengan kebutuhan sosial, sehingga da'i memerlukan pendekatan yang menyesuaikan dengan kondisi mad'u agar dakwah dapat terus dipertahankan.

5. Daya Serap Pesan Dakwah

Pesan (maddah) adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u dalam kegiatan dakwah. Pesan tersebut terdiri dari materi ajaran-ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah dan Sunnah Rasul serta pesan-pesan lain yang berisi tentang ajaran Islam.²² Daya serap pesan dakwah merupakan kemampuan mad'u dalam memahami, menerima, dan menerapkan nilai-nilai yang disampaikan dalam aktivitas dakwah. Untuk mengukur suatu keberhasilan berdakwah, salah satunya bisa dinilai dari seberapa jauh dakwah mampu memengaruhi sikap, pola pikir dan perilaku keagamaan masyarakat.

Banyaknya kegiatan keagamaan di Kota Tuban menjadi salah satu faktor yang mendukung tingginya daya serap pesan dakwah. Hal ini disebabkan oleh kebiasaan masyarakat yang telah terbentuk dalam berinteraksi dengan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, lingkungan sosial yang religius turut membentuk pola pikir masyarakat sehingga mereka lebih terbuka dan lebih mudah menerima pesan-pesan dakwah. Bukan hanya berdakwah saja tetapi faktor kepercayaan mad'u kepada da'i juga memiliki peran penting dalam meningkatkan daya serap pesan dakwah. Da'i yang memiliki pengetahuan agama yang mendalam, sikap yang baik, serta mampu menjadi contoh dalam kehidupan sehari-hari akan lebih mudah dipercaya oleh masyarakat.²³ Kepercayaan ini menjadi faktor utama dalam proses penerimaan pesan, karena masyarakat cenderung lebih terbuka terhadap pesan yang disampaikan oleh da'i yang mereka hormati dan percayai.

Keberadaan kampung Arab di Kota Tuban juga turut memberikan kontribusi yang positif terhadap perkembangan dakwah di wilayah tuban. Melalui berbagai aktivitas keagamaan yang rutin dilakukan, seperti berdakwah dan tahlilan rutin pada malam Jumat, masyarakat sekitar menjadi tertarik untuk ikut serta dan berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Kebiasaan-kebiasaan religius yang dibawa dan dipraktikkan secara konsisten oleh mereka secara tidak langsung memberikan pengaruh yang baik terhadap pola kehidupan masyarakat di sekitarnya. Hal, ini menunjukkan bahwa dakwah tidak selalu harus dilakukan melalui ceramah formal atau tatap muka, tetapi juga dapat dipraktikkan melalui kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari. Penyampaian nilai-nilai keagamaan melalui contoh nyata cenderung lebih mudah diterima dan diikuti oleh mad'u, sehingga mampu memengaruhi sikap dan perilaku mad'u secara lebih efektif.

Pesan dakwah yang mampu memberikan dampak yang mendalam tidak cukup hanya berfokus pada penguatan aspek spiritual atau ketauhidan, seperti peningkatan iman dan hubungan vertikal antara manusia dengan Allah. Selain itu, pesan dakwah juga perlu mengajarkan hubungan antara sesama manusia. Dengan menyatukan unsur spiritualitas dan kesadaran sosial, dakwah tidak hanya berfungsi

²¹ Muh Iqbal dan Asman Asman, "Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama dikalangan pemuda," *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 2 (2021): 172–83.

²² Kamaluddin Kamaluddin, "Pesan dakwah," *Fitrah: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* 2, no. 2 (2016): 37–58.

²³ Syukri Syamaun, "Analisis Proses Interaksi antara Da'i Dan Mad'u pada Pengajian Mesjid Baitushsalihin Ulee Kareng Banda Aceh," *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 1, no. 2 (2018): 1–20.

sebagai sarana untuk mengajarkan individu agar menjadi pribadi yang taat agama, tetapi juga sebagai kekuatan yang mendorong terbentuknya masyarakat yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, keadilan, dan kesetaraan. Oleh karena itu, keberhasilan pesan dakwah dapat diukur dari kemampuannya dalam membentuk individu yang baik sekaligus mendorong keterlibatan seorang mad'u agar menjadikan perubahan sosial yang positif.²⁴

Dakwah yang baik adalah dakwah yang mampu memberikan ketenangan batin sekaligus membangkitkan semangat baru bagi para pendengarnya, sehingga mereka terdorong untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik. Dengan menambahkan solusi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan mad'u, pesan dakwah menjadi lebih bersifat membangun, mampu mendorong perubahan positif, dan menumbuhkan sikap optimis dalam diri mad'u.

SIMPULAN

Dalam ranah dakwah Islam, peran seorang da'i memiliki posisi yang sangat penting. Da'i tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi agama, tetapi juga sebagai contoh yang dapat mengarahkan umat untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam. Penelitian ini menegaskan bahwa diferensiasi mad'u dalam praktik dakwah di Kota Tuban merupakan hal yang tidak dapat diabaikan. Perbedaan latar belakang sosial, tingkat pendidikan, usia, akses media, serta pemahaman keagamaan terbukti memberikan pengaruh yang penting terhadap respons, tingkat antusiasme, dan daya serap masyarakat terhadap pesan dakwah. Oleh karena itu, efektivitas dakwah sangat ditentukan oleh kemampuan da'i dalam memahami karakteristik mad'u dan menyesuaikan pendekatan, metode, serta media yang digunakan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan secara komunikatif, relevan, dan kontekstual lebih mudah diterima dan mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat. Dengan demikian, diperlukan strategi dakwah yang adaptif dan inovatif agar dapat menjangkau banyak masyarakat secara tepat.

Dengan pendekatan yang beragam dan penuh rasa empati, dakwah di kota Tuban telah membuktikan bagaimana peran berpengaruh penting dapat sebagai penggerak dalam membentuk mad'u yang berakhlak baik.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Diferensiasi Mad'u dalam Praktik Dakwah di Kota Tuban: Analisis Respons, Antusiasme, dan Daya Serap Pesan. Disarankan agar para da'i dan lembaga dakwah lebih memperhatikan karakteristik mad'u sebelum menentukan metode, media, dan materi dakwah yang akan digunakan. Perbedaan usia, tingkat pendidikan, latar belakang sosial, serta kemampuan memahami pesan perlu menjadi pertimbangan agar dakwah dapat diterima dengan mudah dan tepat sasaran. Ke depannya, diharapkan para da'i dapat terus mengembangkan pendekatan yang lebih inklusif dan responsif terhadap perubahan kondisi sosial yang terjadi di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnan, M. M., & Muthowah, A. (2022). Strategi dakwah takmir masjid Husnul khotimah Sambonggede Merakurak Tuban dalam meningkatkan antusias shalat subuh berjamaah. *AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 2(1), 1–20.
- Aidah, N., Fachruddin, T., & Rahman, E. T. (2020). Respon Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2014 terhadap Dakwah Ustad Evie Effendi. *TABLIGH: JURNAL KOMUNIKASI*

²⁴ Fitri Angelina Nur, "ANALISIS PESAN DAKWAH DALAM NOVEL 'TUHAN IZINKAN AKU MENJADI PELACUR!' KARYA MUHIDIN M. DAHLAN" (UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2025).

- DAN PENYIARAN ISLAM *Vyvedumelu: Sunan Gunung Djati State Islamic University of Bandung*, 4(1), 18–29.
- Alfadhilah, J., & Kumala, A. S. (2025). Pengaruh Strategi Dakwah Sunan Bonang Terhadap Pembentukan Identitas Islam Nusantara: Tinjauan Historis. *ASWALALITA: Journal of Da'wah Management*, 4(2), 90–104.
- Amin Samsul Munir. (2009). *Ilmu Dakwah*. Amzah.
- Baidowi, A., & Salehudin, M. (2021). Strategi dakwah di era new normal. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(1), 58–74.
- Chozin, M. A. (2013). Strategi dakwah salafi di indonesia. *Jurnal Dakwah*, 14(1), 1–25.
- Fahrudi, E., & Alfadhilah, J. (2022). Makna Simbolik “Bulan Suro” Kenduri Dan Selamatan Dalam Tradisi Islam Jawa. *ASWALALITA: Journal of Da'wah Management*, 1(2), 185–195.
- Fahrurrozi, F., Kadri. (2019). *Ilmu Dakwah*. Prenadapedia Gruop.
- Fatikah, S. I., Supriadi, S., & Abdurrazaq, M. N. (2025). Perubahan Sikap Mad'u Mahasiswa KPI Angkatan 2022 dan Penggunaan Instagram sebagai Media Dakwah. *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, 4(3), 408–417.
- Hariyanto, H. (2018). Relasi Kredibilitas Da'i Dan Kebutuhan Mad'u Dalam Mencapai Tujuan Dakwah. *TASAMUH: Jurnal Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat Islam*, 15(2), 61–82.
- Iqbal, M., & Asman, A. (2021). Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama kalangan pemuda. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(2), 172–183.
- Irhamdi, M. (2019). Keberagaman Mad'u Sebagai Objek Kajian Manajemen Dakwah: Analisa Dalam Menentukan Metode, Strategi, Dan Efek Dakwah. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(1), 55–71.
- Kamaluddin, K. (2016). Pesan dakwah. *Fitrah: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 2(2), 37–58.
- Luthfiani, S., Muzaki, I. A., & Makbul, M. (2026). Strategi Majelis Taklim Blok D Sukaraya Indah, Karang Bahagia Untuk Meningkatkan Antusiasme Jamaah. *JURNAL PENDIDIKAN ISLAM AL-ILMI*, 9(1), 135–146.
- Mirwazi, L., & Muhid, A. (2025). Memahami Perilaku Mad'u: Dinamika dan Tantangan dalam Jamaah Pengajian Multikultural. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 17(1), 1–18.
- Mustopa, M. (2017). ADAB DAN KOMPETENSI DAI DALAM BERDAKWAH. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 8(1), 100–109.
- Nahara, S., & Nurcholis, A. (2021). Dakwah Multikultural, Kiai Lokal Konstruksi Dakwah Multikultural Kiai Lokal Era Modern. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 2(2), 41–54.
- Nur, F. A. (2025). *ANALISIS PESAN DAKWAH DALAM NOVEL “TUHAN IZINKAN AKU MENJADI PELACUR!” KARYA MUHIDIN M. DAHLAN*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- SAPUTRA, D. I. (2023). *RESPON MAD'U TERHADAP AKTIVITAS DAKWAH DI MASJID AL-MUKMIN KELURAHAN SIDOMULYO KOTA BENGKULU*. UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Syamaun, S. (2018a). Analisis Proses Interaksi antara Da'i Dan Mad'u pada Pengajian Mesjid Baitushsalihin Ulee Kareng Banda Aceh. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 1(2), 1–20.
- Syamaun, S. (2018b). Analisis Proses Interaksi antara Da'i Dan Mad'u pada Pengajian Mesjid Baitushsalihin Ulee Kareng Banda Aceh. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 1(2), 1–20.
- Syamaun, S. (2018c). Analisis Proses Interaksi antara Da'i Dan Mad'u pada Pengajian Mesjid Baitushsalihin Ulee Kareng Banda Aceh. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 1(2), 1–20.