

# FAKTOR-FAKTOR TARIKAN DALAM METOD DAKWAH: SATU SOROTAN LITERATUR

Abd Hadi Borham,<sup>1</sup> Mohamad Marzuqi Abdul Rahim,<sup>2</sup> Wahyu Hidayat Abdullah<sup>3</sup>

*Jabatan Pengajian Islam, Fakulti Sains Kemanusiaan, Universiti Pendidikan Sultan Idris*

<sup>1</sup>*abdhadi.borham@fsk.upsi.edu.my*

<sup>2</sup>*marzuqi@fsk.upsi.edu.my*

<sup>3</sup>*wahyu@fsk.upsi.edu.my*

## ABSTRAK

Metod merupakan aspek yang penting dalam menentukan keberkesanan dalam dakwah. Terdapat beberapa faktor-faktor tarikan yang mempengaruhi golongan sasaran dalam penerimaan metod dakwah. Tulisan ini bertujuan untuk menonjolkan faktor-faktor tarikan dalam metod dakwah. Pengumpulan bahan-bahan berasaskan kajian perpustakaan melalui data sekunder yang diperolehi daripada penyelidikan lepas, artikel jurnal dan sebagainya. Analisis menunjukkan terdapat beberapa faktor tarikan dalam dakwah yang telah ditonjolkan sebagai elemen penting dalam penerimaan dakwah iaitu faktor berasaskan *targhib* dan *tarhib*, faktor *qudwah* dan *quwwah*, faktor kelainan, faktor kesamaan, faktor berulang-ulang dan faktor kebajikan.

*Kata kunci: Faktor tarikan, dakwah, tinjauan literatur*

## ATTRACTION FACTORS OF ISLAMIC DA'WAH METHOD: A LITERATURE REVIEW

### ABSTRACT

*Methods are an important aspect of effectiveness in Islamic da'wah. Meanwhile, there are several attraction factors that affect the target group in the acceptance of da'wah method. This paper aims to highlight the attraction factors in the Islamic da'wah method. Data was obtained from library research through past research, journal articles etc. Analysis shows that the six attracting the attention of group target in da'wah method are factors through targhib and tarhib, qudwah and quwwah factors, abnormalities, equality factors, repetitive factors and welfare factors.*

*Keywords: Attraction factors, da'wah, literature review*

## Pendahuluan

Dakwah adalah suatu usaha mengajak, memujuk, memandu dan menjelaskan berkenaan Islam sebagai agama yang benar dan *syumul* kepada seluruh manusia. Usaha dakwah ini tidak tertumpu kepada satu golongan tertentu sahaja, tetapi untuk seluruh umat manusia kerana tuntutan ini bersifat obligatori bagi setiap muslim untuk melaksanakannya dengan metod-metod yang sesuai sebagaimana dinyatakan dalam al-Qur'ān dan *al-Sunnah* (Ghalūsh, 1978). Tanggungjawab untuk melaksanakan dakwah tidak terbatas dengan had dan masa tertentu,

malah menjadi kemestian untuk dilaksanakan dalam setiap keadaan yang mempunyai peluang untuk melaksanakannya (Zaydān, 1998). Bagi matlamat tersebut, tarikan merupakan aspek yang penting dalam menentukan keberkesanan penerimaan *mawduk* dan mesej Islam. Oleh itu, tulisan ini membincangkan tentang faktor-faktor tarikan dalam metod dakwah.

## Metod Dakwah

Metod adalah kaedah khusus dalam melakukan sesuatu perkara (A.S Hornby, 2014). Metod juga bermaksud cara melakukan sesuatu (Kamus Dewan, 2007). Kaedah dan cara yang dilakukan berasaskan tujuan-tujuan yang telah digariskan. Dalam konteks dakwah, kaedah dan cara merujuk kepada persoalan bagaimana menyeru atau mengajak manusia kepada akidah Islam dan kehidupan yang jelas (Zaydan, 1998), menggalakkan manusia melakukan kebaikan mengikut petunjuk, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang mungkar, mendapat keselamatan (*al-salām*) atau kebahagiaan di dunia dan di akhirat ('Ali Mahfuz, 1952). Bagi objektif tersebut, Allah s.w.t telah menyatakan kerangka dakwah kepada manusia dalam surah al-Nahl ayat 125 yang bermaksud (Ibn Kathir, 1985):

*“Serulah ke jalan Tuhanmu (wahai Muhammad) dengan hikmah kebijaksanaan dan nasihat pengajaran yang baik, dan berbahaslah dengan mereka (yang engkau serukan itu) dengan cara yang lebih baik; sesungguhnya Tuhanmu Dialah jua yang lebih mengetahui akan orang yang sesat dari jalanNya, dan Dialah jua yang lebih mengetahui akan orang-orang yang mendapat hidayah petunjuk.”*

Berdasarkan ayat di atas, Allah s.w.t memerintahkan untuk menyeru manusia secara hikmah (*al-hikmah*), nasihat yang baik (*maw'izah hasanah*) dan dengan perbincangan, dialog dan perbahasan yang terbaik (*mujādalah*). Wan Husien (1984) menyatakan definisi *al-hikmah*, *al-maw'izah al-hasanah* dan *al-mujādalah* menggambarkan suatu metod yang boleh diterjemahkan dalam dakwah. Metod hikmah (*al-hikmah*)dibahagikan kepada tiga:

- i) Hikmah berhubung dengan pendakwah: Mestilah mengikut sifat-sifat nabi-nabi (benar, amanah, cerdik dan *tabligh*), berlaku adil (meletakkan sesuatu pada tempatnya), tidak pemaarah (sabar) dan mempunyai pengetahuan dan pengalaman yang luas.
- ii) Hikmah berhubung dengan *mawduk* dakwah: Mengambil sumber al-Quran dan sunnah, segala penerangan bertepatan dengan kebenaran, dalil yang kuat dan tepat, dan menerangkan kebenaran serta menghilangkan keraguan.
- iii) Hikmah berhubung dengan alat dan strategi dakwah: Sesuai dapat menegah kerosakan dan betul digunakan pada tempat.

Metod *maw'izah hasanah* bermaksud dengan memberi peringatan tentang kewajipan dengan apa yang telah diperintahkan oleh agama untuk mendapat keredhaan Allah di dunia dan akhirat (Al-Mu'jam al-Wasit, 2008), menasihati dengan perkataan dan perbuatan. Kaedah lisan disebutkan Sayyid Quṭb, dengan menasihati golongan sasaran secara lisan dengan cara masuk ke dalam hati dengan cara lemah lembut, menyelami perasaan halus, bukan dengan mengherdik atau mencela dalam perkara-perkara yang tidak wajib dicela, bukan dengan membuka kesalahan kerana kejahilan atau dengan niat baik. Manakala kaedah perbuatan dinyatakan oleh Rauf Syalabī dengan membawa gambaran kisah yang boleh memberi iktibar dan mendidik agar beragama dengan mematuhi perintah Allah dan menjauhi laranganNya. Al-Ṭabarī (1999) menyebutkan dengan menunjukkan dengan melakukan

contoh-contoh yang menarik serta meningkatkan dengan al-Qur'ān dan menyanggah tentangan mereka dengan baik.

Metod *mujādalah* pula bermaksud bertukar-tukar pendapat atau berdialog dan berdebat atau berbahas di antara dua pihak yang berselisih pendapat atau berbeza pendapat. Al-Alusiy menjelaskan *manhaj mujādalah* sesuai dilaksanakan kepada golongan yang suka melakukan perdebatan, perbahasan dan kecenderungan mempertikaikan kebenaran dengan mengemukakan hujah yang batil (Sulaiman Ibrahim et al. 2001). Menurut Rauf Shalabī golongan seperti ini boleh diajak untuk berdialog dengan sebaiknya, lemah lembut dan kata-kata yang membina (Ibrahim, 1995). Sayyid Quṭb (1985) menjelaskan pelaksanaan *mujādalah* haruslah menepati cara yang terbaik dan sebaiknya (*ahsan*) tanpa menghina dan memburuk-burukan golongan sasaran, tetapi haruslah memberi keyakinan terhadap kebenaran.

Oleh itu, dapat dinyatakan metod dakwah dirujuk dengan kaedah dan cara dalam menyeru atau menyampaikan Islam kepada golongan sasaran. Kerangka metod dakwah adalah berasaskan ayat 125 surah al-Nahl iaitu metod *al-hikmah*, metod *al-maw'izah al-hasanah* dan metod *al-mujadalah*. Definisi ketiga-tiga metod tersebut menunjukkan terdapat beberapa faktor-faktor tarikan yang ditonjolkan dan menarik perhatian golongan sasaran untuk memahami atau mendekati Islam.

### **Konsep Tarikan Dakwah**

Dalam Kamus Dewan (2007), tarikan bermaksud perkara yang menarik, daya menarik dan perihal menarik. Dalam bahasa Inggeris, tarikan disebut '*attraction*.' Dalam kamus *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (2014), '*attraction*' bermaksud perasaan suka dan menarik, mendorong seseorang untuk mendapatkannya atau melawatinya dengan perasaan sukar atau gemar, menjadikan seseorang itu suka, perasaan suka dan lain-lain. Dalam bahasa Arab, tarikan disebut *jādhbiyyah*. *Al-Mu'jam al-'Arabiyy al-Asāsiyy* (1989) memberi pengertian istilah *jādhbiyyah* dengan maksud daya tarikan pada seseorang, daya tarikan seperti magnet dan daya tarikan graviti bumi yang bersifat kuat. Dalam kamus *Mu'jam al-Wasīf* (2008), *jādhbiyyah* bermaksud daya tarikan yang kuat pada sesuatu seperti daya tarikan bumi. Ia menunjukkan *jādhbiyyah* lebih merujuk kepada perkara tarikan sesuatu, bersifat menarik daya tarikan yang kuat.

Bagaimana sesuatu perkara atau objek itu menarik perhatian? Apakah yang menyebabkan manusia tertarik atau mengambil perhatian? Persoalan-persoalan tersebut menjadi tumpuan perbincangan dalam kalangan ahli psikologi Barat. Menurut Shiffrin (1988), perhatian merupakan perkara-perkara yang melibatkan aspek kognitif manusia terhadap perkara di dalam kawalan. Aspek ini pula bersifat terhad dan ia menyebabkan proses perhatian manusia terhalang atau terganggu (A.Style, 2006). James (1890) menyatakan 'perhatian' atau *attention* merupakan suatu proses dan penguasaan yang terpilih dengan penumpuan dan tahap kesedaran (Wayne, 2014).

Tarikan perhatian merupakan proses bagi manusia menentukan, memilih dan mengenal pasti terhadap fenomena sekeliling yang ditanggap melalui pancaindera manusia. Menurut Wayne (2014), perhatian dikatakan sebagai penapis (*filter*) kepada informasi-informasi yang memungkinkan seseorang itu membuat keputusan dan menentukan sikap. Ia bertindak menghubungkan simbol-simbol objek yang mewakili berdasarkan tahap kesedaran yang dimiliki manusia. Perkara yang ditumpukan atau menjadi tumpuan manusia berdasarkan

penerimaan atau rangsangan tahap kognitif dan kesadaran yang berbeza-beza. Penumpuan ini bersifat terpilih berasaskan pemikiran, kesadaran dan sikap dalam diri individu.

Proses tercetus sesuatu tarikan dan perhatian adalah berdasarkan unsur-unsur atau gejala yang terdapat diri manusia sendiri. Faktor tarikan yang timbul dalam diri manusia disebabkan dua faktor iaitu luaran (*external*) dan dalaman (*internal*). Faktor dalaman yang mencetuskan tarikan atau perhatian ialah aspek motif atau keperluan biologi manusia, kesediaan terhadap sesuatu dan sifat gemar terhadap sesuatu. Manakala faktor luaran yang mempengaruhi tarikan ialah keamatan dan saiz, berbeza dan sesuatu yang baru, berulang-ulang dan bergerak-gerak (Morgan et al. 1979). Dalam teori Treisman (*Features Integration Theories (FIT)*) juga menyatakan faktor dalaman dan luaran berkait satu sama lain khususnya dalam proses pencarian visual (*visual search*). Proses ini dicetuskan melalui unsur dalam diri manusia dengan aspek penerima (*receptor*) seperti warna, bentuk dan pergerakan (Wayne, 2014).

Dalam konteks ini, tarikan dakwah merujuk kepada keupayaan pendakwah atau organisasi menarik perhatian golongan sasaran kepada *mawdu'at* dakwah. H.M Ariffin (1991) dan Ab Aziz (1999) mengaitkan elemen psikologi dalam menarik perhatian golongan sasaran terhadap Islam seperti disampaikan dengan bentuk cantik, nyata dan jelas, mudah, berubah-ubah atau bergerak, berulang-ulang, pelik, tepat pada waktunya, menjinakkan, keperluan, ada hubungan, membuka pemikiran, dan mengemukakan alasan. Elemen tersebut dilihat menarik perhatian manusia secara fizikal dan fikiran apabila seseorang tertumpu kepada sesuatu yang diterima. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan seseorang memberikan perhatian atau penumpuan terhadap metod dakwah.

Perbincangan mengenai metod dakwah banyak dihubungkan dengan aspek-aspek yang boleh menarik penumpuan golongan sasaran kepada Islam. Ahmad Ghalūsh (1978) telah menggariskan enam ciri-ciri dalam *wasilah* dakwah iaitu mestilah bersifat kemanusiaan, meletakkan suatu perkara yang paling utama daripada perkara-perkara utama yang lain (*awlāwīyyāt*) atau memberi keutamaan, mudah dan indah, dan menghubungkan keindahan al-Qur'ān meliputi lafaz, bahasa dan makna untuk memberi kesan kepada hati sasaran. Ini menunjukkan ciri tarikan akhlak melalui hubungan sesama manusia dan menghubungkan dengan mukjizat wahyu sebagai faktor tarikan dakwah berkesan kepada manusia.

Selain itu, pengisian definisi metod dakwah juga menggambarkan beberapa unsur tarikan dakwah secara tidak langsung. Muhammad Hasan Fadlullah (1979) dalam memberikan definisi dakwah *al-hikmah* dan menggariskan ciri-ciri dan pelaksanaan. Ia menunjukkan pendakwah boleh melakukan pelbagai metod-metod atau ciri-ciri yang terkandung dalam *al-hikmah* sesuai dengan realiti dan nilai yang diterima. Metod dakwah *al-hikmah* dilaksanakan dengan maksud adil (*al-'adl*), nilai ilmu (*al-'ilm*), lemah lembut (*al-hilm*), kenabian, menolak kepada kebodohan, menolak kerosakkan, percakapan yang benar, meletakkan sesuatu ditempat yang tepat, kebenaran, bijaksana dan sebagainya.

'Alī Jarishah (1986) pula menyatakan metod dakwah *al-hikmah* dilakukan dengan tiga bentuk iaitu hikmah dengan perbuatan manusia sebagaimana disebutkan surah al-Isra' dan surah Luqman. Dalam surah al-Isra' ayat 32-39, mengandungi perbuatan yang perlu dihubungkan kepada fitrah manusia iaitu ketuhanan yang menyentuh tentang menyembah dan beribadah Allah, berbuat baik kepada ibu bapa atau orang tua, menyambung silah al-rahim dengan sumbangan, dan menepati janji. Dalam surah Luqman ayat 13-19, mengandungi perintah larangan berbuat syirik, sombong dan sebagainya.

Kedua; hikmah melalui dakwah para rasul terdahulu seperti Nabi Ibrahim dengan bapa dan kaumnya, dakwah Nabi Muhammad s.a.w dan sebagainya. Pengajaran yang terkandung dalam sirah yang dinyatakan dalam al-Quran dapat menarik perhatian golongan sasaran kepada dakwah. Ketiga; hikmah dengan percakapan (*al-maw'izah al-hasanah*) merujuk kepada memberikan nasihat, mengingatkan dengan perkara gembira dan ancaman ('Alī Jarishah 1986). Abdul Karīm Zaydān (1998) menyebutkan beberapa ciri-ciri penyampaian lisan iaitu menggunakan bahasa yang baik, bersifat lemah lembut dan sesuai dengan keadaan *mad'ū*. Sifat kelembutan ini boleh mempengaruhi hati manusia yang keras, sebagaimana firman Allah yang bermaksud:

*“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau (Muhammad) bersikap kasar dan berkasar hati, tentulah mereka menjauhkan diri.”*

(Surah Ali Imran 3:159)

'Alī Jarishah (1986) juga menyatakan metod dakwah yang menarik perlulah dilakukan dengan contoh terbaik (*al-qudwah*) dan unsur kekuatan (*al-quwwah*). Contoh yang baik (*al-qudwah*) adalah berdasarkan sifat-sifat yang terdapat dalam diri Nabi s.a.w, sebagaimana firman Allah yang bermaksud:

*“Sesungguhnya, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (iaitu) orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari akhirat dan yang banyak mengingati Allah.”*

(Surah al-Ahzab 33: 21)

Manakala unsur kekuatan dirujuk kekuatan keimanan dan ketaqwaan pendakwah. Bahkan unsur *al-qudwah* turut digambarkan sebagai bentuk *al-quwwah* bagi seseorang kuat hubungan dengan Allah dan mempunyai hubungan baik dengan manusia ('Alī Jarishah 1986). Ini menunjukkan *qudwah* dan *quwwah* adalah salah satu tarikan dakwah yang menyebabkan naluri manusia mudah tertarik kepada Islam. Misalnya sifat tawaduk iaitu sifat merendah diri tanpa melampau (Al-Ghazali, 1989). Sifat ini dapat menarik perhatian dalam hubungan baik di antara pendakwah dan golongan sasaran secara tidak langsung (Ahmad Ghalush, 1978).

Selain itu, Mohd Yusof Hussain (2009) menyatakan ciri-ciri tarikan yang boleh menarik tumpuan golongan sasaran dakwah ialah menjelaskan berkaitan apa yang dikenali tentang Islam. Pendakwah harus menyatakan apa yang telah diketahui oleh golongan sasaran tentang Islam dan menjelaskan mengenai apa yang perlu mereka ketahui tentang agama Islam. Kedua; menggambarkan kepada sasaran bahawa Islam adalah ajaran yang mudah dipraktik di setiap zaman. Gambaran ini ditonjolkan dengan contoh Nabi s.a.w. Ketiga; memujuk dengan lemah lembut supaya kumpulan sasaran tertarik dengan Islam dan komited kepada Islam. Keempat menggunakan rasional (*tafakar*) dengan membuat penilaian tentang kebenaran berasaskan tanggapan yang dipercayai. Kelima; memberi ganjaran (*reward*) dan balasan dengan apa yang telah dijanjikan Allah iaitu syurga dan neraka. Keenam *qudwah hasanah* dengan mengamalkan apa telah disampaikan.

## **Sorotan Literatur Lepas**

Kajian literatur lepas menunjukkan terdapat faktor-faktor tarikan yang telah ditonjolkan dalam metod dakwah. Faktor ‘tarikan, perhatian dan menarik perhatian’ merupakan perkara yang penting bagi memastikan mesej Islam dapat mempengaruhi dengan efektif. Secara umumnya, faktor-faktor tersebut dapat dilihat seperti berikut:

### ***Tarikan Berasaskan Peribadi Pendakwah***

Tarikan dakwah melalui pendakwah adalah berhubung dengan sifat-sifat pendakwah itu sendiri. Di antara sifat-sifat pendakwah ialah sifat kenabian (khusus untuk para nabi dan rasul), keadilan, meletakkan sesuatu pada tempatnya, menahan marah, sesuatu yang tidak memperlihatkan kejahilan iaitu ilmu pengetahuan dan pengalaman luas, dan pengetahuan yang sebaik-baiknya (Wan Hussien, 1984). Pendakwah mestilah terdiri daripada golongan yang berilmu pengetahuan dan berketrampilan; Memahami selok belok pendakwahan, menjadi model kepada sasaran dan memiliki sifat-sifat yang terpuji. Pendakwah perlu berlandaskan kepada sumber-sumber asasi (al-Quran dan al-Sunnah), sirah *al-salaf al-salih*, pandangan fuqaha serta pengalaman pendakwah.

Pendakwah dilihat mempunyai kredibiliti atau keupayaan serta kelayakkan bagi seseorang menguasai dakwah. Pendakwah yang berkredibiliti mampu mendapat kepercayaan di kalangan golongan sasaran, khususnya non-muslim. Faktor ini dirujuk kepada penguasaan pendakwah terhadap semua aspek yang berkaitan dengan dakwah dan latarbelakang golongan non-muslim. Malah kredibiliti turut membina profesionalisme seseorang pendakwah di dalam dakwah. Terdapat sekurang-kurangnya lima aspek kredibiliti bagi seseorang pendakwah iaitu keimanan, berilmu, beramal saleh, berakhlak dan kemahiran lisan (Mohd Yusof, 2009).

Selain itu, perkara yang menjadikan tarikan sasaran terhadap dakwah ialah penampilan personaliti yang menyenangkan. Penampilan imej bersifat sederhana, tidak berlebihan, sentiasa kemas dan bersih. Contohnya pakaian yang bersih dan kemas, keterampilan, dan berwangi-wangian. Menurut Rozmi Ismail (2011), penampilan menarik dilihat sebagai berpengaruh dalam tarikan interpersonal dan keutamaan dalam interpersonal. Walaupun faktor kecantikan dianggap mudah disukai, namun keadaan fizikal seseorang seperti kekemasan, penampilan dan pakaian turut menarik perhatian. Kajian Anita Abdul Rani (2002) menunjukkan faktor tarikan yang dikenal pasti ialah keperibadian dan keterampilan penceramah. Manakala kajian Nasruddin Sidi (2010) menunjukkan faktor tarikan yang dikenal pasti ialah keperibadian seperti tahap akademik, gambaran tentang akhlak dan sebagainya.

### ***Tarikan Berasaskan Targhīb dan Tarhīb***

*Targhīb* ialah sesuatu yang dapat mendorong keinginan sasaran serta menggalakkan, menggemarkan dan merangsang golongan *mad'ū* menerima kebenaran dan berada tetap di atasnya (Zaydan, 1998). *Manhaj* dan *mawdu'uk* dakwah mestilah dihubungkan kepada perkara-perkara yang bersifat nikmat ganjaran, kebahagiaan dan kegembiraan. Menurut Ahmad Ghalūsh (1978), ciri-ciri *al-targhīb* mestilah menonjolkan kebaikan dan kegembiraan yang digambarkan sebagai kebahagiaan untuk manusia secara berkekalan. Kebahagiaan hakiki terbahagi dua iaitu melalui kebaikan yang syumul atau sempurna sepertimana disebutkan oleh *mufasssirūn* mengenai bahagia dan dukacita. Bahagia adalah untuk kalangan orang yang

mendapat pahala di atas perbuatannya, manakala dukacita orang yang melakukan dosa atau kejahatan iaitu ahli neraka.

Kedua, adalah saiz kebahagiaan yang luas dalam kehidupan manusia kerana dakwah memainkan peranan penting dalam menjaga keperluan hak bersama golongan muslim atau bukan muslim melalui keperluan rohani dan jasmani manusia dengan menjaga maslahat agama, akal, keturunan, dan harta (Ahmad Ghalūsh, 1978). Perkara ini sangat penting bagi manusia dalam memahami matlamat kehidupan dunia untuk tujuan akhirat yang kekal. Di dalam al-Qur'ān, terdapat beberapa ayat yang dinyatakan menunjukkan gambaran kegembiraan dengan menjanjikan ganjaran orang beriman untuk melakukan amalan (Al-Tawbah 9 : 72). Allah s.w.t menyebutkan perkhabaran gembira (*tabshīr*) kepada orang lelaki dan perempuan yang beriman dengan menjanjikan nikmat ganjaran syurga 'Adn yang mempunyai sungai yang mengalir di bawahnya serta kehidupan yang kekal di dalamnya (Ibn Kathir, 2013). Gambaran kenikmatan syurga tersebut menjadi faktor menarik perhatian bagi orang-orang beriman untuk sentiasa bersungguh-sungguh melakukan amal ṣaleh semasa kehidupan di dunia.

Manakala faktor tarikan berasaskan *tarhīb* dilihat dengan membawa perasaan gerun atau menakut-nakutkan dengan perkara buruk. Ia mengandungi sesuatu yang berkaitan dengan peringatan yang seringkali menjadi kekhawatiran manusia dan tentang perkara yang diselubungi semasa hidup dan kehidupan selepasnya. Gambaran *tarhīb* tersebut harus diambil iktibar oleh manusia kerana balasan Allah pernah diturunkan kepada manusia yang ingkar, mempermainkan-mainkan dan mendustakan utusan Allah sebelum ini (Al-An'ām 6 : 10-11). Mereka telah diberi balasan dengan ditimpakan azab yang dashyat, seksaan dan hukuman di dunia dan azab yang pedih disediakan untuk kehidupan akhirat kelak. Kesan-kesan balasan tersebut boleh dilihat oleh umat masa kini melalui kegiatan menggembara di atas bumi.

Walaupun unsur *tarhīb* dilihat agak kurang menarik perhatian golongan *mad'ū* kepada metod dakwah, namun gambaran yang ditonjolkan sentiasa menunjukkan perasaan cemas, kuarir dan takut bagi seseorang dan menjadikan mereka lari (Akram Kassab, 2010). Ini disebabkan setiap manusia mengakui kehidupan dunia bakal mati atau berakhir. Maka tidak mustahil, gambaran *tarhīb* dalam *manhaj* dan *mawduk* dakwah menjadi ciri-ciri pendorong kepada golongan *mad'ū* untuk bertaut dengan sesuatu supaya selamat. Jalan selamat yang menjadi pelindung kepada mereka ialah Islam.

Hadith yang diriwayatkan al-Bukhārī di dalam bab *Wa Anzir 'Ashiratak al-aqrabin wah fid janāhak*, menjelaskan terdapat tiga perkara yang disampaikan oleh Nabi s.a.w di hadapan sasaran (masyarakat musyrikin Makkah) yang merasa cemas. Pertama, menarik kepercayaan kepada baginda s.a.w terhadap suatu perkhabaran yang akan disampaikan dalam keadaan masyarakat Makkah telah mempercayainya sebelum itu. Kedua, baginda membawa isu perang melalui serangan mengejut. Ia adalah pengalaman yang amat menakutkan kerana biasanya mengakibatkan kekalahan. Ketiga, baginda memberi amaran dan peringatan dengan azab yang sedang menunggu di hadapan mereka, maka perlu mengambil langkah untuk menyelamatkan diri (Ab Aziz, 2012). Walaupun mendapat reaksi negatif daripada Abū Lahab, namun mesej dakwah menjadi perhatian kepada masyarakat Makkah yang hadir ketika itu.

Kajian Anita Abdul Rani (2002) menunjukkan faktor tarikan *targhib* dan *tarhib* adalah berasaskan topik ceramah yang disampaikan, unsur kegembiraan pendengar seperti bersesuaian dengan tahap kefahaman, penceritaan kisah, unsur humor, penghujahan dan pembuktian

dengan dalil, gaya persembahan, topik ceramah yang menyatupadukan dan tidak kerap menggunakan maksud yang sinikal. Begitu juga dalam kajian Abd Hadi (2016) menunjukkan unsur-unsur tarikan *targhib* dan *tarhib* yang digunakan oleh pendakwah terbahagi kepada perbuatan dan kandungan lisan. Kedua-dua aspek ini dikaitkan dengan perkara-perkara yang disukai oleh golongan sasaran dengan apa yang terkandung dalam ajaran Islam. Kaitan dihubungkan secara logik atau permissalan agar golongan sasaran tidak merasa janggal dan mudah menerima.

### ***Tarikan Berasaskan Qudwah dan Quwwah***

*Qudwah* bermaksud menjadikan contoh atau boleh dicontohi. Asas utama dalam kaedah *qudwah* ialah akhlak pendakwah (*dā'īe*) yang baik dengan melakukan apa yang telah dikata atau disampaikan. Pendakwah harus menunjukkan contoh ikutan yang baik dengan mempraktikkan ajaran Islam sebenar dalam kehidupan harian orang Islam kerana ia boleh memperlihatkan tentang kemuliaan Islam. Aspek ini sangat mempengaruhi sasaran untuk mendekati Islam (Zaydan, 1998).

Tarikan *qudwah* adalah berasaskan perhubungan sesama manusia dan menggambarkan contoh tauladan yang baik sebagaimana diperintahkan dalam ajaran Islam. Menurut Ab Aziz (1999), *qudwah* dalam dakwah dipersembahkan kepada golongan sasaran dengan bentuk yang cantik, sama ada dari sudut lahir atau batin kerana tabiat manusia yang menyukai benda-benda yang cantik dan indah. Islam dipersembahkan kepada golongan non-muslim dalam bentuk yang indah, sesuai dengan isi kandungannya yang cantik. Keindahan itu juga dapat dilihat dengan cara penyampaian *uslub* yang sesuai, kecantikan akidah Islam, kecantikan akhlak Islam, kecantikan peraturan dan hukum Islam, dan kecantikan sejarah dan sirah Islam. Di atas faktor itu, Islam akan menjadi satu daya tarikan yang kuat kepada golongan sasaran.

Selain itu, *qudwah* mempunyai skop yang luas iaitu dari sekecil-kecil perkara hingga yang besar dalam penghayatan Islam. Ia meliputi segala perkara yang dituntut Islam kepada setiap orang beriman dalam percakapan dan perbuatan, sama ada melalui cara kehidupan berseorangan, berkeluarga dan bermasyarakat, sebagaimana Nabi s.a.w yang menjadi contoh yang terbaik dalam *qudwah*. Sulaiman Ibrahim et al. (2001), telah membahagikan empat bentuk *qudwah* yang mampu menjadi daya penarik dalam dakwah non-muslim iaitu menjadi *qudwah* melalui akhlak dan tingkahlaku, menjadi *qudwah* melalui percakapan dan amalan, menjadi *qudwah* melalui tempat tinggal dan pakaian; dan menjadi *qudwah* melalui rumahtangga dan anak-anak. Dalam kajian Masthurhah Ismail et al. (2011) mendapati kesediaan pendakwah hidup bersama dengan golongan sasaran dapat memberikan kesan kepada pengislaman. Ini disebabkan golongan sasara melihat secara fizikal tentang ajaran Islam yang diamalkan melalui pendakwah yang berada disekeliling mereka.

Manakala faktor tarikan berasaskan *quwwah* merujuk kepada sifat bertenaga dan kuat yang mempengaruhi (Al-Mu'jam al-'Arabiyy al-Asāsiyy, 1989). Sifat ini dibangunkan dengan kekuatan keimanan dan diterjemahkan kekuatan tersebut dalam kehidupan dengan apa yang dituntut dalam pembangunan pendidikan, ekonomi, politik dan lain-lain. Ia dilihat penting kerana fitrah kejadian manusia yang sentiasa mengakui akan sesuatu kekuatan. Dalam surah al-Anfal ayat 60, Allah s.w.t memerintahkan kepada orang Islam untuk mempersiapkan peralatan sebagai kekuatan untuk menentang musuh dan menggentarkan mereka. Kekuatan yang dibina akan menggerunkan musuh dan membimbangkan musuh. Walaupun dalam ayat tersebut dikhususkan untuk bersiap sedia dalam membina kekuatan

dalam menghadapi musuh, namun ia turut difahami bahawa kekuatan tersebut juga dapat menarik perhatian orang lain kepada agama Islam secara tidak langsung. Ab Aziz (1997) menjelaskan bahawa kekuatan yang dibangunkan dalam dakwah ialah kekuatan pegangan akidah dan wawasan, kekuatan ilmu, kekuatan pendidikan, kekuatan perpaduan, kekuatan ekonomi, kekuatan politik, kekuatan jihad atau ketenteraan, kekuatan disiplin, kekuatan sains dan teknologi, dan kekuatan jasmani atau kesihatan. Ini menunjukkan kekuatan yang terbina dalam diri orang beriman tidak terbina dengan suatu simbol keperluan hidup sahaja, malah dibina dengan sistematik di atas prinsip-prinsip syariat.

### ***Tarikan Berasaskan Kelainan***

Kelainan ialah sesuatu perkara yang berbeza dan perkara yang baru dan menarik perhatian golongan sasaran. Al-Qur'ān telah menyebutkan beberapa peristiwa yang bersifat kelainan dan menarik perhatian (Ab Aziz, 1997) Dalam dakwah Nabi Nūh a.s, baginda telah diperintahkan oleh Allah s.w.t untuk membuat kapal di kawasan darat. Peristiwa membuat kapal merupakan suatu yang berbeza bagi kaumnya kerana mereka tidak pernah melihat sepertinya. Jarang sekali orang berbuat sedemikian ketika itu. Namun perbuatan Nabi Nūh a.s membina kapal telah dibalas dengan ejekan dan keingkaran kaumnya. Hanya sedikit sahaja yang mengikuti baginda (Ibn Kathir, t.th).

Dalam konteks dakwah Nabi s.a.w, al-Qur'ān telah menjadi tumpuan golongan *mushrikīn* yang sangat berbangga dengan syair dan puisi ciptaan mereka. Mereka merasa kagum dengan isi kandungan dan gaya persembahan al-Qur'ān yang bersifat berbeza ketika itu, walaupun mereka mempunyai tokoh-tokoh syair yang hebat pada ketika itu. Manakala dalam peristiwa *isrā'* dan *mi'rāj*, terdapat banyak perkara kelainan dipaparkan dan menarik perhatian golongan *mushrikīn* ketika itu. Walaupun mereka tidak mempercayai, namun peristiwa ini dianggap diluar pemikiran manusia, menjadi peristiwa yang berbeza dengan cara pemikiran biasa dan menarik tumpuan golongan sasaran mengetahui tentang kebenaran Islam (Ibn Kathir, t.th).

Aspek kelainan juga boleh dikaitkan dengan 'kelebihan-kelebihan' tertentu dalam metod dakwah golongan sufi di Nusantara. Kelebihan tersebut dianggap sebagai suatu kelainan yang menarik perhatian golongan sasaran. S.Q Fatimi (1963), Cesar A.Majul (1988) dan Muhiddin Yusin (1990) menyatakan kebanyakan keadaan kehidupan masyarakat tempatan masih bergantung kuat dengan perkara-perkara ghaib yang mempunyai kaitan rapat dengan kehidupan mereka. Malah ianya turut sentiasa membayangi pandangan mereka sepertimana kekaguman mereka terhadap tuan *mashāika*, *makhdūm* dan *sheikh* ketika berdakwah di Nusantara, khususnya di Kepulauan Borneo.

### ***Tarikan Berasaskan Kesamaan***

Faktor kesamaan ialah sesuatu perkara yang mempunyai kesamaan seperti jantina, kaum dan sebagainya. Kesamaan merupakan faktor yang menimbulkan minat atau menarik perhatian terhadap sesuatu perkara. Kesamaan yang terdapat diri seseorang lebih mudah orang lain mempercayainya berbanding unsur-unsur perbezaan. Dalam sudut psikologi, Rozmi (2011) menyatakan aspek persamaan mendorong seseorang menerima sesuatu perkara seperti persamaan umur, bangsa, kaum dan agama. Aspek kesamaan memudahkan dalam membina hubungan dan kepercayaan. Contohnya kumpulan *ahl al-kitāb* yang telah diperintahkan untuk mentauhidkan Allah dan mengimani rasul-rasul utusan-Nya. Mereka diseru untuk beriman di

atas objektif yang sama dalam agama samawi iaitu mentauhidkan dan menyembah Allah (Ali Imran 3: 64)

Begitu juga dengan Nabi s.a.w yang pernah mengutuskan saidina Mu'āz r.a ke Yaman untuk menyeru *ahl al-kitāb*. Pesanan baginda kepada Mu'āz ialah mengkhabarkan kepada *ahl al-kitāb* tentang keesaan Allah, menyeru mereka beriman kepada Nabi s.a.w dan melakukan perkara yang diperintahkan Allah, sebagaimana disebutkan dalam hadith riwayat al-Bukhāri. Demikian juga Sheikh al-Mubarakfury (2011) dalam menyatakan mengenai peristiwa penghijrahan pertama ke Habshah. Raja Najashī sebagai pemimpin Habshah ketika itu meminta Ja'far bin Abī Ṭalib membacakan wahyu setelah mendengar mengenai ajaran Nabi s.a.w di Makkah. Ja'far telah membaca surah Maryam yang menceritakan tentang Yaḥyā, 'Isā dan Maryam. Mendengar ayat-ayat yang dibacakan, raja dan paderi mengalir air mata sehingga membasahi pipinya. Di atas kesamaan dengan apa yang telah diberitahu di dalam kitab mereka, Raja al-Najashī memberi perhatian terhadap kumpulan pertama di kalangan orang Islam yang berhijrah ke Habshah untuk diberi perlindungan. Perhatian ini sekaligus menafikan tindakan orang musyrikin Makkah yang cuba menimbulkan prejudis al-Najasyi terhadap orang Islam yang tinggal di Habshah.

Selain itu, faktor kesamaan yang menarik perhatian golongan sasaran ialah bahasa. Kesamaan penggunaan bahasa memudahkan golongan sasaran mendekati dakwah. Di zaman Nabi s.a.w, baginda telah melantik Zaid bin Thābit sebagai juru bahasa asing (Yahudi dan Yunani), penulis wahyu dan penulis surat-surat Nabi s.a.w (Al-Shadiqiyy, 1985). Beliau juga merupakan salah seorang sahabat memainkan peranan penting dalam penulisan wahyu dan penulis utasan semasa pemerintahan khulafa al-rashidin. Kebolehan yang dimiliki oleh Zaid r.a telah membolehkan Islam disampaikan dengan bahasa yang mudah difahami oleh golongan sasaran. Ini menunjukkan kesamaan dari sudut bahasa boleh mempengaruhi golongan sasaran mendekati Islam.

Dalam kajian Osman Abdullah@ Chuah Hock Leng (2008) menunjukkan faktor kesamaan dari sudut bahasa dan perkongsian budaya boleh menarik perhatian golongan sasaran kepada Islam. Kajian Ab. Aziz (1994) yang turut mendapati faktor kesamaan bahasa, kaum dan adat budaya lebih memudahkan penyampaian mesej Islam kepada golongan non-muslim. Ini disebabkan kepercayaan dan amalan tradisional kumpulan sasaran masih kuat. Faktor kesamaan seperti bangsa atau kaum, bahasa dan lain-lain lebih memudahkan golongan sasaran tertarik dengan Islam. Begitu juga dengan kajian Abd Hadi (2016) yang mendapati kaitan agama samawi antara Nasrani dan Islam telah menarik perhatian sebahagian golongan sasaran mengkaji tentang Islam.

### ***Tarikan Berasaskan Sifat Berulang-Ulang***

Ab Aziz (1997) menjelaskan sesuatu perkara yang berulang-ulang atau diulang-ulang boleh menarik perhatian golongan sasaran kepada Islam. Dalam ilmu psikologi, Saedah Siraj (1996) menjelaskan faktor berulang-ulang atau ulangan (*repetition*) merupakan suatu unsur yang boleh menarik perhatian orang lain. Skinner (1977) pula menyatakan kelaziman yang berlaku berulang kali dapat mewujudkan proses pengukuhan bagi seseorang. Pengukuhan yang positif akan memungkinkan respon berlaku dan berkembang.

Dalam al-Qur'ān, terdapat banyak ulangan fakta yang menumpukan aspek akidah, perkara ghaib, hal-hal yang berkaitan dengan dakwah para nabi dan lain-lain. Ulangan tersebut bertujuan untuk mengukuhkan dan memberikan *'ibrah* yang signifikan kepada orang

beriman. Dalam surah al-Rahmān, terdapat 31 ayat yang dinyatakan Allah s.w.t secara ulangan iaitu “Maka yang mana satu di antara nikmat-nikmat Tuhanmu yang hendak kamu dustakan.” Nabi s.a.w juga menggunakan kaedah pengulangan dalam memberi kefahaman tentang Islam kepada para sahabat. Bagi telah mengulangi apa yang telah disebutkan kepada sahabat-sahabatnya agar pengertian yang diucapkan tersemai di dalam jiwa mereka, sebagaimana dinyatakan dalam hadith yang diriwayatkan al-Bukhāri.

Ini menunjukkan tarikan berulang-ulang dalam aspek pendakwah (*dā‘īe*), *manhaj* dan *mawduk* boleh menarik perhatian golongan sasaran kepada Islam. Sifat berulang-ulang juga menunjukkan kepada gambaran tarikan yang memberikan fakta-fakta atau imej-imej yang penting kerana ia boleh meneguhkan Islam di dalam hati golongan sasaran. Dalam kajian Halim Mokhtar (2003) menunjukkan golongan sasaran kurang terdedah dengan kefahaman Islam disebabkan faktor pengulangan secara susulan yang kurang dalam kalangan pendakwah di lapangan. Kajian Aziz Hj. Mohamad (2003) pula menunjukkan faktor berulang-ulang pendakwah di Kelantan menemui golongan sasaran yang berterusan telah menarik minat Orang Asli memeluk Islam. Namun terdapat beberapa halangan dari sudut perundangan iaitu kaedah pengislaman yang tidak diwartakan, proses pendaftaran yang tidak sempurna dan kelemahan penyelarasan di antara agensi.

### ***Tarikan Berasaskan Keprihatinan***

Keprihatinan bermaksud kesungguhan menunjukkan minat atau prihatin berat pada seseorang atau sesuatu, dan perasaan sedih (*dukacita*) yang amat sangat. Dalam konteks ini, keprihatinan dirujuk dengan menunjukkan minat secara mengambil berat dan menjiwai atau merasai terhadap perkara-perkara yang dihadapi golongan *mad‘ūd* dengan menyentuh naluri manusia dan keperluan hidup. *Mawduk* yang bersifat kemanusiaan harus ditonjolkan sebagai suatu wadah yang menarik perhatian dan menggambarkan dakwah dengan tanggungjawab manusia seperti membina persaudaraan, perpaduan keadilan, kasih sayang sesama manusia, menolak kezaliman, membela hak yang ditindas dan sebagainya.

Faktor keprihatinan telah disebutkan al-Qur’ān yang memerintahkan agar mengambil berat dan memberi perlindungan kepada golongan yang lemah atau terabai seperti anak yatim, orang miskin, orang lemah, orang yang dizalimi dan sebagainya. Sifat keprihatinan sangat hampir dengan saranan al-Qur’ān bagi orang-orang yang beriman dalam menjaga kebajikan dan memberi perlindungan kepada orang lemah. Nabi s.a.w telah menunjukkan contoh keprihatinan terhadap golongan yang lemah, dukacita, dizalimi dan dianiaya. Baginda adalah contoh yang terbaik yang menunjukkan sifat prihatin dalam dakwah sekalipun keadaan getir mahupun tenang.

Selain itu, Nabi s.a.w telah menyeru manusia kepada agama Allah dengan membela dan mengiktiraf wanita, membela orang miskin, mengambil berat tentang tua, lemah, orang tertindas, kepentingan am dan sebagainya. Ketika Nabi s.a.w tiba di Madinah semasihajah, sumber air yang sesuai atau bersih untuk diminum sangat kurang di Madinah. Di sana tiada telaga yang baik airnya kecuali di Telaga Rumah yang dimiliki oleh seorang Yahudi. Air telaga tersebut dijual dan mereka yang memerlukan air mesti membayar kepada Yahudi tersebut. Lalu, Nabi s.a.w mencadangkan supaya telaga itu boleh digunakan oleh semua orang tanpa bayaran, dengan cara seseorang membeli daripada Yahudi itu (Ab Aziz, 2012). Ini menunjukkan baginda bertindak cepat dalam menjaga kepentingan umum ketika itu. Maka semua golongan masyarakat di Madinah dapat menggunakan air dari telaga tersebut tanpa rasa terbeban dan tidak sebagaimana keadaan sebelum.

Secara tidak langsung, ia dianggap sebagai suatu unsur yang menarik disebabkan sifat kepedulian terhadap keperluan naluri golongan sasaran. Kajian lepas mendapati kebanyakan golongan sasaran mudah menerima metod dakwah yang berasaskan keprihatinan. Kajian Suzanah (2012), Che Yusoff (2004), Karia (2000), Ab Aziz (1995) dan Abd Hadi (2016) mendapati metod dakwah secara keprihatinan dengan cara ‘turun padang’ lebih mudah merapatkan hubungan di antara pendakwah dan golongan sasaran. Mereka merasakan pendakwah prihatin terhadap kehidupan dan kesusahan hidup mereka. Kahadiran pendakwah di kawasan penempatan mereka sangat dihargai.

## Kesimpulan

Berdasarkan perbincangan di atas, dapat dinyatakan faktor-faktor tarikan dalam metod dakwah merujuk kepada unsur-unsur yang menarik perhatian golongan sasaran terhadap mawdu'k Islam. Berasaskan konsep metod *al-hikmah*, *al-mawizah al-hasanah* dan *mujadalah*, terdapat beberapa faktor-faktor tarikan yang boleh menarik perhatian golongan sasaran. Faktor tarikan yang terbentuk dikaitkan dengan aspek pendakwah, metod atau pendekatan dan mesej atau *mawdu'k* Islam. Analisis menunjukkan faktor-faktor tarikan dalam metod dakwah yang ditonjolkan dalam literatur lepas adalah faktor berasaskan *tarhib* dan *tarhib*, *qudwah* dan *quwwah*, kelainan, kesamaan dan kebajikan. Secara umumnya, faktor-faktor tarikan tersebut memberikan kesan dan mempengaruhi dalam penerimaan dakwah melalui metod-metod yang digunakan oleh pendakwah.

## Rujukan

- ‘Abdul Karīm Zaydān (1998). *Usūl al-Da‘wah*. Beirut: Al-Risālah Publisher.
- A. S. Hornby. (2011). *Oxford Advanced Learner’s Dictionary*. United Kingdom: Oxford University Press.
- A. Style, Elizabeth. (2006). *The Psychology of Attention, Second Edition*. Psychology Press, Taylor & Francis Group.
- Ab Aziz Mohd Zin. (1999). *Psikologi Dakwah*. Kuala Lumpur: Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM).
- \_\_\_\_\_. (1995). Sasaran Dakwah Non-Muslim Di Malaysia: Suatu Kajian Tentang Keadaan Orang Asli Di Perkampungan Orang Asli Ulu Kuang, Gombak Selangor. *Jurnal Usuluddin*. 2(38).
- \_\_\_\_\_. (1994). Dakwah al-Qur’an kepada Bukan Islam: Suatu Kajian khusus terhadap Dakwah di Kalangan Masyarakat Cina di Wilayah Persekutuan. Tesis Doktor Falsafah. Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- \_\_\_\_\_. (1997). *Pengantar Dakwah Islamiah*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Strategi Dakwah dalam Sirah Nabi SAW*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Al-Bukhari, Abū ‘Abd Allāh Muhammad bin Ismā‘il. (1987). *Sahih al-Bukhāri*. Jil.vi. Al-Rifā‘ie, al-Sheikh Qāsim al-Shamā‘ie. Beirut: Dār al-Qalam.
- Al-Ghazali. (1989). *Bimbingan Mukmin Pada Mencari Redha Rabb al-‘ālamīn*. Terj. Muhammad Jamaluddin al-Qāsimiyy. Singapura: Pustaka Nasional Ltd.
- ‘Alī Jarishah. (1986). *Manāhij al-Da‘wah wa Asālibiha*. Misr: Dār al-Wafa’ Li al-Tibā‘ah wa al-Nasyr wa al-Tauzi’.
- ‘Alī Mahfūz. (1952). *Hidāyah al-Mursyidīn wa Ṭurūq ilā al-Wa‘z wa al-Khitābah*. Kaherah: Dār al-I’tisām.

- Al-Mu'jam al-'Arabiyy al-Asāsiyy*. (1989). Larousse: Al-Munazzhamah al-'Arabiyyah Li al-Tarbiyyah wa al-Thaqāfah wa al-'Ulūm.
- Al-Mu'jam al-Wasīf*. 2008. Beirut: Dār Ihyā' al-Turāth al-'Arabiyy.
- Al-Mubarakfury, Safi al-Rahmān. (2011). *Al-Rahiq al-Makhtūm*. Terj. Mohd Nor Long. Kuala Lumpur: Al-Hidayah Publication.
- Al-Shadiqiyy, Muhammad bin 'Ulān. (1985). *Dalil al-Fālihīn li Turuq Riyād al-Shalihīn*. Jil. 3. Kaherah: Dār al-Hadith.
- Al-Sha'rawiy, Muhammad Mutawalli. (2011). *Mukhtasar Tafsir al-Sha'rawiy*. Jil. ii. Kaherah: Dār al-Tawfiqiyyah litturāth.
- Al-Ṭabarī, Abi Ja'far Muhammad bin Jarir. (1999). *Jāmi' al-Bayān 'an Ta'wil Āi al-Qur'ān*. Beirut: Dār al-Fikr.
- Amir Husin Mohd Nor et al. (2003) Bantuan Kemanusiaan di Peringkat Antarabangsa: Kes ABIM. Zulkiple Abd. Ghani et al. *Jaringan Dakwah Malaysia Indonesia*. Bangi: Jabatan Pengajian Dakwah dan Kepimpinan UKM.
- Aziz Bin Hj. Mohamad. (2003). Pengislaman Masyarakat Orang Asli di Negeri Kelantan dari Perspektif Undang-Undang. Tesis Sarjana. Universiti Malaya.
- Cesar Adib Majul. (1988). *Islam di Filipina*. Terj. Shamsuddin Jaapar. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Che Yusoff Che Mamat et al. (2004). Pendekatan Dakwah Kepada Orang Asli Suku Semai Di Kampung Sungai Ruai, Raub Pahang. *Jurnal Islamiyyat* (25) 30-36.
- Ghalūsh, Ahmad Ahmad. (1978). *Al-Da'wah al-Islamiyyah Usūliha wa Wasa iluha*. Kaherah: Dār al-Kitab al-Misriy.
- H.M Ariffin. (1991) *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi*. Jakarta: Bumi Askara.
- Halim Mokhtar. (2003). Penerimaan Dakwah Islamiyyah di kalangan Masyarakat Orang Asli di Pulau Carey Banting Selangor. Tesis Sarjana. Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Ibn Kathir, Abu Fida' 'Imaduddin Ismail bin 'Umar. (2013). *Shahih Tafsir Ibnu Katsir*. Jil. iv. Terj. Al-Mubarakfuri, Shaikh Shafiyyurahman. Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir.
- Ibn Kathir, 'Imānuddin Abi Fida' Ismail (t.th). *Qasas al-Anbiya*. Dār Ihyā' al-Kutub al-Arabiyyah.
- Ibrahim Che Noh. (1995). Dakwah Kepada Non-Muslim. Sidi Gazalba dan Zainab Ismail (ed.) *Dakwah Islamiah Malaysia Masa Kini* Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Ideris Endot. (1995). Peranan Psikologi Masyarakat Islam dan Dakwah Islamiah. Sidi Gazalba dan Zainab Ismail (ed.) *Dakwah Islamiah Malaysia Masa Kini* Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Kamus Dewan Edisi Keempat*. (2007). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Dan Pustaka.
- Karia Hj. Rahmat. (2000). Program Dakwah kepada Masyarakat Iban di Simunjan Sarawak. Tesis Sarjana. Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Masthurhah Ismail et al. (2011). *Sejarah Dakwah dan Pengislaman Orang Asli di Negeri Perak*. Laporan Penyelidikan. Universiti Teknologi Mara (UiTM).
- Mohd Yusof Hussain, (2009). Method in Contemporary Islamic Da'wah. Mohd. Yusof Hussain. ed. *Readings in Islamic Da'wah*. Kuala Lumpur: International Islamic University Malaysia (IIUM) Press.
- Morgan, King & Robinson. (1979). *Introduction to Psychology*. New York: Mc Graw Hill Book Company.
- Quṭb, Sayyid. (1985). *Fi Zilal al-Qur'ān*, jil. 4. Kaherah: Dār al-Shurūq.
- Rozmi Ismail. (2011). *Psikologi Sosial*. Bangi, Selangor: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM).
- S.Q. Fatimi. (1963). *Islam Comes to Malaysia*. Singapura: Malaysian Sociological Research Institute Ltd.

- Saedah Siraj, Zainun Ishak & Tunku Mohani Tunku Mokhtar. (1996). *Motivasi dalam Pendidikan*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors.
- Sayyid Quṭb. (2000). *Tafsir Fi Zilal al-Qur'ān*. Terj. Yusoff Zaky Yacob. Kota Bahru, Kelantan: Pustaka Aman Press.
- Sulaiman Ibrahim dan Berhanuddin Abdullah. (2001). *Metodologi Dakwah: Teori dan Praktik*. Bangi: Pusat Pengajian Jarak Jauh UKM.
- Suzanah Nilam. (2012). *Gerakan Dakwah di Kota Kinabalu: Kajian Terhadap Pertubuhan Islam Seluruh Sabah*. Tesis Sarjana. Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Syaikh Akram Kassab. (2010). *Metode Dakwah Yusuf al-Qaradhawi*. Terj. Muhyidin Mas Rida. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Wan Hussien Azmi. (1984). *Ilmu Dakwah*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Dan Pustaka.
- Wayne Wu. (2014). *Attention*. Routledge, Taylor & Francis Group: London.